



Einzelhandels- und Zentrenkonzept Luckau

Schwerpunkt Innenstadt / Historischer Stadtkern



Bericht

Stand | 7. Februar 2010

complan Kommunalberatung
Voltaireweg 4
14469 Potsdam
fon +49 (0)331 201 51 - 0 | fax -11
info@complangmbh.de
www.complangmbh.de

**Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Luckau:
Schwerpunkt Innenstadt / Historischer Stadtkern**

Auftraggeber: Stadt Luckau
Am Markt 34
15926 Luckau

Ansprechpartner: Günter Petschick, stellv. Bürgermeister

Auftragnehmer: complan Kommunalberatung GmbH
Voltaireweg 4
14469 Potsdam

Ansprechpartner: Matthias von Popowski
Claudia Pötschick

In Kooperation mit Stadt + Handel
Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhler GbR
Huckarder Straße 12
44147 Dortmund

Ansprechpartner: Marc Föhler
Daniela Schulte

Stand: 7. Februar 2010

Inhalt

Abbildungen	4
Tabellen	4
Abkürzungsverzeichnis	5
1. Anlass und Ziel	6
2. Methodik	7
3. Markt- und Standortanalyse	11
3.1 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen	11
3.2 Wettbewerbssituation	13
3.3 Angebotsanalyse – Ergebnisse der Bestandserhebung	13
3.4 Nachfrageanalyse – Ergebnisse der Befragungen	17
3.4.1 Ergebnisse der Passantenbefragung	20
3.4.2 Ergebnisse der Händlerbefragung	23
3.5 Ergebnisse der Passantenfrequenzzählung	24
3.6 Kaufkraft und Einkaufsorientierung	26
3.7 Umsatzermittlung und Zentralität	29
3.8 Fazit: Positionsbestimmung des Einzelhandelsstandortes Luckau	31
4. Einzelhandelsstandort Luckau: Entwicklungstendenzen, Potenziale, Zieldefinition	33
4.1 Allgemeine Trends im Einzelhandel, in Gastronomie und Dienstleistung	33
4.2 Übergeordnete Entwicklungsziele für den Einzelhandelsstandort Luckau	34
5. Zentren- und Standortkonzept	36
5.1 Zentraler Versorgungsbereich: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien	36
5.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	37
5.3 Analyse und Bewertung weiterer Standorte	41
5.4 Analyse und Bewertung der Nahversorgungsstruktur	42
5.5 Fazit: Zentren- und Standortstruktur	46
6. Sortimentsliste und Ansiedlungsleitsätze	47
6.1 Sortimentsliste – Luckauer Liste	47
6.2 Bewertungskriterien für Neuvorhaben - Ansiedlungsleitsätze	51
6.3 Bauleitplanerische Umsetzung der Zielvorstellungen	54
7. Entwicklungs- und Maßnahmenkonzept Innenstadt/ Historischer Stadtkern	55
7.1 Übergreifende Entwicklungsziele	55
7.2 Maßnahmen- und Umsetzungskonzept	58
7.2.1 Nicht-investive Maßnahmen	58
7.2.2 Investive Maßnahmen	62
8. Abschließende Bemerkungen	67
Glossar	68

Abbildungen

Abbildung 1: Luckau - Lage im Raum	11
Abbildung 2: Verkaufsflächenbestand nach Warengruppen (in m ²)	14
Abbildung 3: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen und Lagebereichen	16
Abbildung 4: Vermisste Angebote und Artikel in Luckau	17
Abbildung 5: Bewertung des Innenstadtzentrums	18
Abbildung 6: Veränderungen der Einkaufshäufigkeit in den letzten drei Jahren an verschiedenen Standorten	19
Abbildung 7: Grund des Innenstadtbesuchs (n = 203 ; Mehrfachnennungen möglich)	20
Abbildung 8: Wie bewerten Sie die Innenstadt im Hinblick auf ...? (n=203)	21
Abbildung 9: Vermisste Angebote und Artikel in Luckau	22
Abbildung 10: Wie bewerten sie im Hinblick auf die Innenstadt ...? (n = 34)	23
Abbildung 11: Passantenfrequenzen an den jeweiligen Zählstandorten	25
Abbildung 12: Einkaufsorientierung Luckau (gesamtstädtisch)	27
Abbildung 13: Einkaufsorientierung Luckau (Umlandkommunen)	28
Abbildung 14: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	39
Abbildung 15: Sonderstandort Molkereigelände	42
Abbildung 16: Nahversorgungsstruktur Luckau	44
Abbildung 17: Nahversorgungsstruktur Luckau	45

Tabellen

Tabelle 1: Übersicht über die empirischen Bausteine	7
Tabelle 2: Einwohnerzahlen Luckau, Gemeinde Heideblick	12
Tabelle 3: Einzelhandelsbestand Luckau	13
Tabelle 4: Verkaufsflächen nach Warengruppen je Einwohner	14
Tabelle 5: Einzelhandelsbestand nach städtebaulichen Lagebereichen	15
Tabelle 6: Einzelhandelsbestand nach Betriebsgrößenklassen	16
Tabelle 7: Vermisste Angebote im Detail	17
Tabelle 8: Vermisste Angebote im Detail	22
Tabelle 9: Branchenspezifische Kaufkraft in Luckau	26
Tabelle 10: Angebots- und Nachfragedaten für Luckau in der Übersicht (Zentralität)	30
Tabelle 11: Strukturdaten Brandenburger Städte	32
Tabelle 12: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Luckau gesamt	43
Tabelle 13: Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten	47
Tabelle 14: Sortimentsliste für die Stadt Luckau	48

Abkürzungsverzeichnis

B	Bundesstraße
Bau GB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BBE	BBE Handelsberatung GmbH
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
GPK	Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik
IfH	Institut für Handelsforschung
IHK	Industrie- und Handelskammer
iVm	in Verbindung mit
KW	Kalenderwoche
LEP B-B	Landesentwicklungsplan Berlin Brandenburg (Stand: 2009)
max.	maximal
niL	nicht integrierte Lage(n)
NUG	Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel
o. g.	oben genannt
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
PBS	Warengruppe Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren
PKW	Personenkraftwagen
rd.	rund
siL	städtebaulich integrierte Lage(n)
s. o.	siehe oben
s. u.	siehe unten
vgl.	vergleiche
VKF	Verkaufsfläche
WZ	Warengruppenverzeichnis
ZVB	Zentraler Versorgungsbereich

1. Anlass und Ziel

Der Einzelhandel unterliegt einer kontinuierlich hohen Dynamik mit erheblichen Auswirkungen auf städtische Strukturen und Funktionen. Die Schlagworte lauten fortschreitende Konzentrationsprozesse auf Unternehmerseite, die Entwicklung neuer Betriebstypen und die sich stetig verändernden Standortanforderungen. Angebotsseitig hält der Ansiedlungsdruck vor allem von Lebensmitteldiscountern und Fachmärkten/-discountern auf überwiegend nicht-integrierte Lagen an. Inhabergeführte, überwiegend kleinteilige Fachgeschäfte sind augenblicklich die Verlierer im Standortwettbewerb. Der Wettbewerbsdruck auf innerstädtische Lagen und innerstädtische Standorte ist groß, trotz der in vielen Kommunen erheblichen Investitionen und erreichten Ergebnisse in der funktionalen und städtebaulichen Aufwertung ihrer Innenstädte und Stadtkerne. Diese Ausgangssituation trifft auch auf die Stadt Luckau zu.

Kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzepte stellen in Verbindung mit ergänzenden Bauleitplanverfahren ein wirksames Instrument dar, um Einzelhandelsvorhaben und Ansiedlungen offensiv zu steuern und die Entwicklung zu gestalten. Die Novellierung des BauGB aus den Jahren 2004 und 2007 eröffnet den Kommunen dabei neue Möglichkeiten der räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung, insbesondere zur Stabilisierung, Stärkung und Weiterentwicklung innerstädtischer bzw. zentraler Standorte.

Vor diesem Hintergrund hat die Stadt Luckau complan Kommunalberatung GmbH, Potsdam, in Kooperation mit dem Büro Stadt + Handel, Dortmund, im Februar 2009 beauftragt, ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Luckau zu erarbeiten und ergänzend die Aufstellung eines Textbebauungsplanes im unbeplanten Innenbereich zur Erhaltung und zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche auf Grundlage des § 9 Abs. 2a BauGB vorzubereiten und fachlich zu begleiten.

Die Zielstellung der Konzepterarbeitung besteht darin, eine aktualisierte, den neuen rechtlichen Grundlagen angepasste, fachlich fundierte und empirisch abgesicherte Entscheidungsbasis für Politik und Verwaltung zur Verfügung zu stellen. Im Vordergrund stehen Empfehlungen zur Stabilisierung und Stärkung der Innenstadt bzw. des historischen Stadtkerns als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort. Darüber hinaus gilt es, für die planungsrechtliche Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben, zum Umgang mit bestehenden Bebauungsplanfestsetzungen und für künftige Bauleitplan-Aufstellungs- und Änderungsverfahren tragfähige Bewertungsgrundlagen zu formulieren.

Die vorliegende Fassung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes dient als Grundlage zur Beratung und Beschlussfassung als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in den zuständigen Ausschüssen sowie in der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Luckau. Der Aufstellungsbeschluss für den aus dem Konzept abgeleiteten Textbebauungsplan gemäß § 9 Abs. 2a BauGB wird parallel zur Beschlussfassung vorgelegt.

2. Methodik

Vorbemerkung

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie zur Bewertung der städtebaulichen Standortmerkmale und Einzelobjektbewertung wurden unterschiedliche empirische Methoden angewendet (s. nachstehende Übersicht).

Tabelle 1: Übersicht über die empirischen Bausteine

	Inhalt	Datengrundlage	Zeitraum	Methode
Bestands- erhebung	Standortdaten, VKF und Sortimente aller EH- Betriebe, städtebauliche Analyse/ zentrenergänzende Funktionen	durch Stadt + Handel und complan	15. KW 2009	flächendeckende Vollerhebung
	Überblickserfassung Einzelhandels- bestand Gemeinde Heideblick	durch complan	27. KW 2009	Erhebung
	baulicher Zustand, Erfassung In- standsetzungs- und Modernisie- rungsbedarf, Anfertigen von Grundrissen für Ermittlung eines Maßnahmen- und Kostenkatalogs für Modernisie- rungs-/ Instandsetzungsaufwand	Ingenieurbüro Marlies Donath	04-05/ 2009	flächendeckende Vollerhebung der Gewerberäume, gastronomischen Einrichtungen, Be- herbergungen; vertiefte Erhebung repräsentativ aus- gewählter Objekte (8)
Händlerbe- fragung	Einschätzung Innenstadt, Angebotslücken, Stärken/ Schwächen	complan	15. KW 2009	Vor-Ort-Befragung (n = 35)
Haushalts- befragung	Einkaufsort nach Sortiment, Angebotslücken, Veränderung bei der Wahl der Ein- kaufsorte	spezialisiertes Meinungsfor- schungsinstitut, Auswertung Stadt + Handel	17. KW 2009	telefonische Befra- gung in Luckau (n=151) und Umlandgemein- den (n=154)
Passanten- befragung	Einschätzung Innenstadt, Angebotslücken, Stärken/ Schwächen, Herkunftsorte	complan	19./21. KW 2009	halbstandardisierter Fragebogen Vor-Ort-Befragung (= 203)
	Kopplungseffekt zwischen Nahver- sorgungsstandorten und Innenstadt	complan	27. KW 2009	Passantenbefragung an 3 Standorten (n=233)
Passanten- frequenz- zählung	Kundenfrequenzen an verschiede- nen Standorten	complan	19./21. KW 2009	Numerische Erfas- sung

Quelle: eigene Darstellung

Bestandserhebung und -analyse

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe ist für die Stadt Luckau flächendeckend durchgeführt worden, es liegt somit eine aktuelle Vollerhebung des Ladeneinzelhandels vor, einschließlich Betrieben des Lebensmittelhandwerks (z. B. Metzger, Bäcker), Tankstellenshops sowie Kioske. Darüber hinaus sind Ladenleerstände als wichtiger Indikator der Einzelhandelsstruktur und städtebaulicher Implikationen in zentralen Bereichen aufgenommen worden.

Die durchgeführte Bestandserhebung aktualisiert die Daten im Hinblick auf zwei zentrale Messgrößen: Zum einen werden die Warensortimente differenzierter aufgeschlüsselt und ermöglichen so – mit Blick auf die Identifizierung zentrenrelevanter Sortimente – eine hinreichend konkrete Steuerung des Einzelhandels. Zum anderen werden die Verkaufsflächen der bestehenden Anbieter detailliert erfasst, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse, sowohl der Kern- als auch Nebensortimente, realitätsnah abbilden zu können.

Zur Ermittlung der Verkaufsflächen sind Betriebsbegehungen durchgeführt worden; die Gesamtverkaufsfläche (VKF) ist differenziert nach innen und außen liegender VKF ermittelt worden. Dabei ist je nach Situation entweder die persönliche Befragung des Personals bzw. des Inhabers/ Geschäftsführers oder die eigenständige Vermessung der VKF vorgenommen worden. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichts¹ vom November 2005 findet dabei Anwendung. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen ist nur im Ausnahmefall vorgenommen worden, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z. B. bei Ladenleerständen wegen Betriebsaufgaben).

Ergänzend zu den Sortimenten und der Verkaufsfläche wurden außerdem die städtebauliche Lage jedes Betriebs sowie die Öffnungszeiten erfasst. Diese Daten sind zur Bewertung der Einzelhandelsstruktur im Rahmen des Empiriebausteins der Bestandserhebung unerlässlich.

Zusätzlich wurden zentrenergänzende Funktionen wie Gastronomie, Verwaltungseinrichtungen oder einzelhandelsnahe Dienstleistungen in den zentralen Lagen aufgenommen. Diese Daten geben Aufschluss über die weitere Attraktivität des untersuchten Bereichs, der über den Einzelhandelsbestand hinausgeht, und dienen der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche.

Parallel zur Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurde eine ingenieurtechnische Studie zum Gebäudezustand im historischen Stadtkern durch das lokale Ingenieurbüro Marlies Donath erstellt. Im Rahmen dieser Untersuchung erfolgte eine Erfassung aller im Stadtkern vorhandenen Gewerbeflächen (Handwerk, Handel, Gewerbe, Gastronomie, Beherbergung) sowie für acht – in Abstimmung mit dem Auftraggeber und complan GmbH – ausgewählte Objekte eine erweiterte Bestandsaufnahme mit einer zeichnerischen Darstellung der Grundrisse und einer Aufstellung zum Modernisierungs- und Instandsetzungsaufwand einschließlich der Kostenschätzung. Die Ergebnisse dieser vertiefenden Untersuchungen wurden laufend mit der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes abgeglichen.

¹ Vgl. BVerwG, Urteil 4 C 10.04 vom 24.11.2005

Händlerbefragung

Die Befragung der ansässigen Einzelhändler in der Innenstadt von Luckau dient der Erfassung allgemeiner Fakten sowie der Ermittlung des Stimmungsbildes des Handels in der Luckauer Innenstadt. Es wurden sowohl betriebsbezogene Daten als auch Einschätzungen zur Attraktivität der Innenstadt als Einkaufsort und zur Angebotsqualität abgefragt. Anhand offen gestellter Fragen konnten die aus Sicht der Händler wichtigsten Problemfelder erfasst werden. Die Auswertung der Befragungsergebnisse ermöglicht damit eine Analyse der derzeitigen (qualitativen) Situation sowie die Erarbeitung von Entwicklungsperspektiven und geeigneten Maßnahmen für die Entwicklung der Innenstadt und das Historische Stadtzentrum von Luckau.

Die Fragebögen der Händlerbefragung wurden bei den Einzelhandelsbetrieben hinterlegt bzw. direkt vor Ort ausgefüllt. Durch das persönliche Einsammeln und durch Rücksendung per Fax konnte eine Stichprobe von 35 ausgefüllten Fragebögen erzielt und damit eine sehr gute Grundlage zur Bewertung der Einzelhandelssituation in Luckau erreicht werden. Die Daten der Händlerbefragung wurden so aufbereitet, dass einzelbetriebliche Fakten nicht offen gelegt werden.

Das Ingenieurbüro Marlies Donath führte zur Erfassung der innerstädtischen Gewerbeflächen neben der Begehung eine Befragung der Händler, Gewerbetreibenden und Betreiber gastronomischer Einrichtungen und Beherbergungen durch. Die Befragung erfolgte mit einem halbstandardisierten Fragebogen. Die Ergebnisse der Bestandserhebung und der Befragung bildeten die Grundlage für die Auswahl der acht ausführlich untersuchten Objekte.

Passantenbefragung

Um wichtige Erkenntnisse über die Innenstadt von Luckau auch aus Sicht der Innenstadtbesucher zu erhalten, wurde ergänzend zur Händlerbefragung eine Passantenbefragung durchgeführt. Neben den Einschätzungen der Kunden und Besucher zur Angebotsvielfalt und -qualität, zur Vielfalt des Handels- und Dienstleistungsangebotes wurden Einschätzungen der Kunden und Besucher zu stadtentwicklungspolitisch wichtigen Aspekten erfasst.

Durchgeführt wurde die Passantenbefragung mit einem halbstandardisierten Fragebogen in der Innenstadt, im historischen Stadtkern Luckaus an drei Standorten (am Rathaus, in der Hauptstraße und am Marktplatz). Im Ergebnis konnten 203 Fragebögen ausgefüllt werden.

Von besonderem Interesse ist die Erfassung des Kopplungseffektes zwischen der Innenstadt und den umliegenden Nahversorgungsstandorten. Daher wurde an diesen Standorten eine ergänzende Passantenbefragung durchgeführt, wobei Standort 1 und Standort 2 unmittelbar an das Stadtzentrum angrenzen und sich Standort 3 in nicht fußläufiger Entfernung zum Stadtzentrum befindet.

- Standort 1: Karl-Marx-Straße (Edeka/Penny)
- Standort 2: Südpromenade (Lidl)
- Standort 3: Berliner Straße (Netto)

Die ergänzende Befragung erfolgte mit einem standardisierten Fragebogen. Die Antworten der befragten Personen wurden schriftlich festgehalten. Insgesamt ist eine Stichprobe von 233 beantworteten Fragebögen erzielt worden. Die Ergebnisse der Befragungen werden im Folgenden im laufenden Text dargestellt. Alle Daten wurden so aufbereitet, dass Rückschlüsse auf einzelne Personen und Betriebe nicht möglich sind.

Passantenfrequenzzählung

Für Einzelhandelsbetriebe ist das Passantenaufkommen ein wichtiger Indikator für das Kundenpotenzial und mögliche Umsatzerwartungen und damit ein maßgebliches Standortkriterium. Für die Analyse der Innenstadt wurden daher an drei Standorten an Straßenquerschnitten die Passanten gezählt.

- Standort 1: Hauptstraße vor der Hausnummer 43
- Standort 2: Lange Straße/ Marktstraße
- Standort 3 Am Marktplatz/Marktstraße

Um Passantenströme und damit Wegebeziehungen in der Innenstadt zu untersuchen und im Ergebnis Entwicklungsperspektiven für einzelne Teilbereiche in der Innenstadt aufzuzeigen, wurde ergänzend das Passantenaufkommen am Standort 4 Lange Straße/Am Markt ermittelt.

Gezählt wurde jeweils an Werktagen im Zeitraum von 9 bis 18 Uhr in neun Zählseinheiten à 10 Minuten, 9:30-9:40 Uhr, 10:30-10:40 Uhr usw. Um die Auswirkung des Wochenmarktes auf dem Marktplatz auf die Höhe der Passantenfrequenz zu bemessen, erfolgten die Passantenzählungen unter vergleichbaren Bedingungen und zu gleichen Zeiten an einem Nicht-Markttag und einem Markttag.

Telefonische Haushaltsbefragung

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden telefonische Interviews mit 305 Bürgern in Luckau (n=151) und den Umlandgemeinden (n=154, Interviews in Dahme, Dahmetal, Lübben, Gemeinde Heideblick, Lübbenau/Spreewald, Drahnisdorf, Golßen, Kasel/ Golzig, Steinreich) geführt. Die Bevölkerungsverteilung von Luckau und in den Umlandkommunen ist dabei für die Befragungsstreuung äquivalent berücksichtigt worden. Die Befragung wurde von einem darauf spezialisierten Marktforschungsunternehmen mittels eines standardisierten Fragebogens durchgeführt.

Anhand der Haushaltsbefragung werden Daten des räumlichen Versorgungsverhaltens der Wohnbevölkerung nach Sortimenten differenziert gewonnen. So können Rückschlüsse hinsichtlich sortimentspezifischer örtlicher und überörtlicher Kaufkraftströme gezogen werden. Durch die Haushaltsbefragung werden insbesondere Aussagen zum aktivierbaren Kaufkraftrahmen aus Luckau selbst getroffen und mit Blick auf die Nahversorgungsstruktur Kaufkraftflüsse zwischen den Luckauer Ortsteilen ermittelt.

Abstimmung

Während der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes fanden begleitend Abstimmungsgespräche und Arbeitskreise zwischen dem Auftraggeber und den Gutachterbüros statt. Weitere Teilnehmer der Arbeitskreise waren Händler und Gewerbetreibende der Stadt Luckau, einzelne Stadtverordnete, die Industrie- und Handelskammer Cottbus und Marlies Donath vom beauftragten Ingenieurbüro. Insgesamt fanden neben einer öffentlichen Auftaktveranstaltung im März 2009 drei Abstimmungstermine, zwei Arbeitskreise und eine öffentliche Vorstellung der wesentlichen Ergebnisse im Januar 2010 statt.

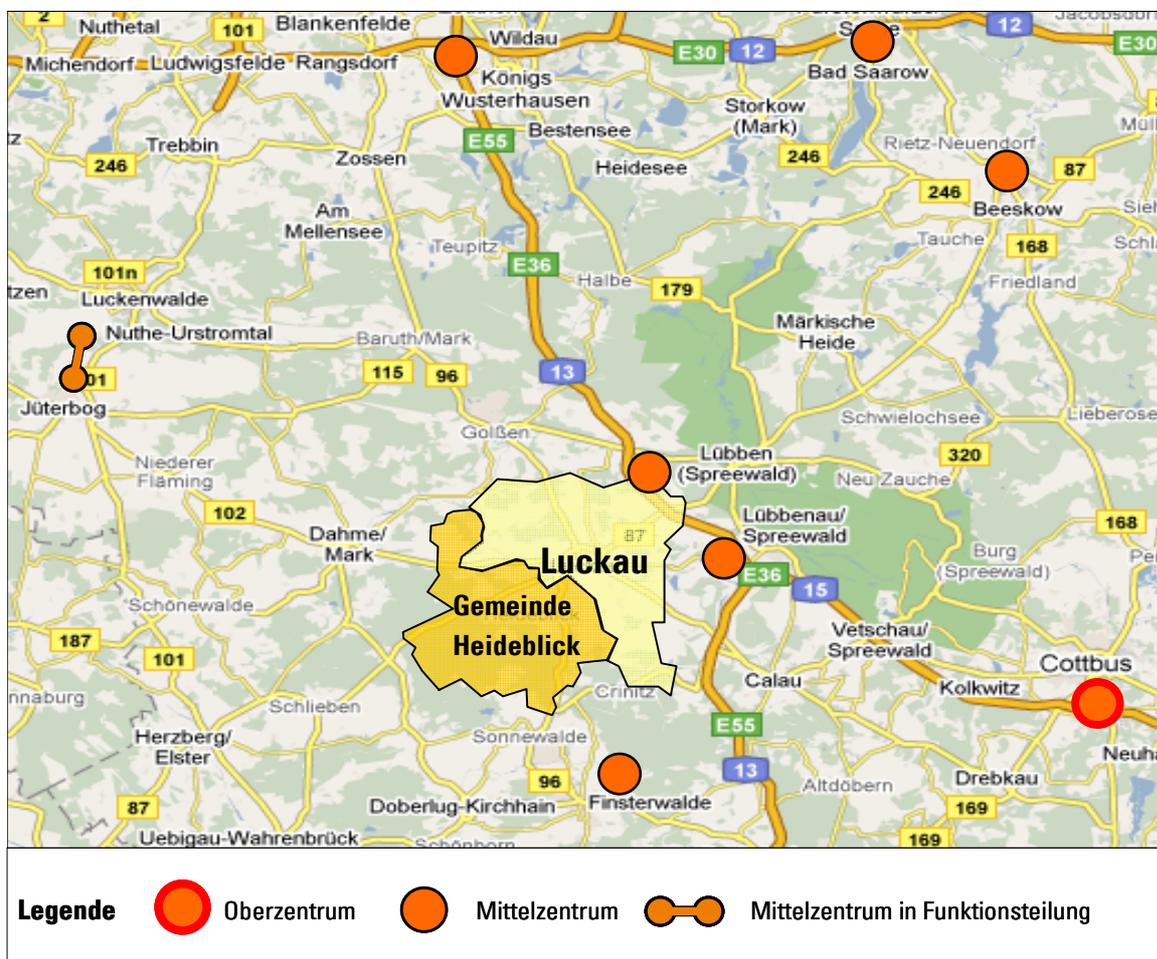
Durch die enge Einbeziehung der relevanten Akteure wurde gewährleistet, dass alle wichtigen Informationen in das Konzept einfließen, Zwischenschritte diskutiert und unmittelbar abgestimmt werden konnten.

3. Markt- und Standortanalyse

3.1 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die Stadt Luckau liegt im ländlichen Raum Brandenburgs ca. 80 km südlich von Berlin und ca. 100 km nördlich von Dresden im Landkreis Dahme-Spreewald. Luckau liegt am Knotenpunkt der Bundesstraßen 87, 96 und 102. Über die B 87 in westlicher Richtung ist Leipzig in 140 km zu erreichen. In östlicher Richtung in rd. 10 km Entfernung liegt im Ortsteil Duben die nächstgelegene Anschlussstelle zur Autobahn 13 (Berlin-Dresden). Die B 96 verbindet Luckau im Süden mit Finsterwalde und im Norden mit Zossen. Die B 102 verbindet Luckau in westlicher Richtung mit den Städten Dahme/Mark und Jüterbog. Die Stadt verfügt im Ortsteil Luckau Uckro über einen Anschluss an die Bahnstrecke Berlin-Dresden. Der im Zentrum von Luckau gelegene Bahnhof wird durch die Deutsche Bahn im Personenverkehr seit 1996 nicht mehr bedient. Die regionale Anbindung u.a. nach Lübben, Lübbenau/Spreewald, Dahme/Mark, Finsterwalde, Calau und Cottbus wird über den zentral gelegenen Busbahnhof gewährleistet.

Abbildung 1: Luckau - Lage im Raum



Quelle: Kartengrundlage Google-Grafik 2009, LEP B-B 2009; eigene Bearbeitung

Mit der Kreisgebietsreform 1993 verlor Luckau den Status einer Kreisstadt und hatte bis 2007 den Status eines Grundzentrums mit Teilfunktion eines Mittelzentrums. Heute besitzt Luckau, nach neuen raumordnerischen Festlegungen (LEP B-B²), keinen zentralörtlichen Status. Dementsprechend konzentrieren sich wichtige überörtliche Funktionen (u.a. verschiedene Verwaltungseinrichtungen)

in der heutigen Kreisstadt und im Mittelzentrum Lübben sowie in den weiteren Mittelzentren im Umland. Allerdings verfügt Luckau insbesondere im Bereich Bildung und Gesundheit mit dem Bohnstedt-Gymnasium und dem Evangelischen Krankenhaus über eine höherzentrale Ausstattung. Als Einzelhandelsstandort übernimmt Luckau die Versorgung für das angrenzende Umland, die Luckauer Ortsteile und die Gemeinde Heideblick. Als Standort ohne zentralörtliche Funktion ist die Ansiedlung großflächigen Einzelhandels nach LEP B-B ausgeschlossen.

Die Einwohnerzahl der Stadt Luckau beträgt – einschließlich der Ortsteile – rd. 10.400 Einwohner (Stand: 2008³); dabei in der Kernstadt rd. 5.600 und in den Ortsteilen rd. 4.800 Einwohner (s. Tabelle 2). In den letzten 20 Jahren hat Luckau fast jeden zehnten Einwohner verloren. Zukünftig ist für Luckau ein weiter anhaltender Bevölkerungsrückgang prognostiziert, bis 2020 um rd. 12 %. Im Jahr 2020 werden demnach voraussichtlich noch rd. 9.200 Menschen in Luckau leben. Für den Einzelhandel bedeutet diese Bevölkerungsprognose einen Rückgang der potenziellen lokalen Nachfrage.

Auf Grundlage der Bevölkerungsprognose des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg wird es in den nächsten zwei Jahrzehnten auch zu einer deutlichen Verschiebung in der Altersstruktur kommen. Der Anteil der älteren Menschen (65 und älter) wird zunehmen, und im gleichen Zeitraum der Anteil der Altersgruppen der 0 bis 15 Jahren und der 15 bis unter 65 Jährigen sinken. Gründe für diese Entwicklung sind sowohl der negative Saldo der natürlichen Bevölkerungsbewegung als auch die anhaltenden Wanderungsverluste vor allem junger Menschen.

Auch für die angrenzende Gemeinde Heideblick wird ein Bevölkerungsrückgang prognostiziert. Hier wird es allerdings zu einer noch drastischeren Veränderung der Altersstruktur kommen. Stellen heute die 15 bis 65 Jährigen die mit Abstand stärkste Bevölkerungsgruppe dar, wird der Anteil dieser Altersgruppe an der Gesamtbevölkerung im Jahr 2030 annähernd gleich stark mit der Altersgruppe der über 65 Jährigen sein.

Seit dem Jahr 2006 ist der Pendlersaldo negativ⁴. Als Grund für diese Entwicklung kann die durch den Verlust der zentralörtlichen Funktion bedingte Verlagerung zentralörtlicher Funktionen und der damit verbundene Verlust an Arbeitsplätzen gesehen werden.

Tabelle 2: Einwohnerzahlen Luckau, Gemeinde Heideblick

angrenzende Gemeinde Heideblick	4.128	OT Karche-Zaacko (Gemeindeteil Schollen)	243
Stadt Luckau insgesamt	10.385	OT Kreblitz	200
Luckau Kernstadt	5.571	OT Kümmitz	109
Luckau Orts- und Gemeindeteile insgesamt	4.814	OT Paserin	135
OT Bergen	74	OT Rüdingsdorf	101
OT Cahnsdorf	385	OT Schlabendorf am See	279
OT Duben (Gemeindeteile Kaden, Alteno, Freimfelde)	789	OT Terpt	205
OT Egisdorf	145	OT Uckro	395
OT Freesdorf	49	OT Wierigsdorf	95
OT Fürstlich-Drehna (Gemeindeteil Tugam)	309	OT Willmersdorf- Stöbritz	162
OT Gießmannsdorf	204	OT Zieckau (Gemeindeteil Caule)	202
OT Görldorf (Gemeindeteile Garrenchen, Frankendorf)	591	OT Zöllmersdorf (Gemeindeteil Pelkwitz)	142

Quelle: Amt für Statistik (Stand: 2008)

3 Amt für Statistik (Stand 2008).

4 Bundesagentur für Arbeit.

3.2 Wettbewerbssituation

Von entscheidender Bedeutung für die Entwicklung von Luckau ist die überörtliche Wettbewerbssituation. Als Konkurrenzstandorte sind die umliegenden Mittelzentren Lübben, Lübbenau/Spreewald (rd. 25 min.⁵) und Finsterwalde (rd. 35 min.) zu nennen. Das nächste Oberzentrum ist Cottbus und in rd. 50 Minuten Fahrzeit zu erreichen.

Das große Flächenangebot im Einzelhandel insbesondere in den Mittelzentren nordöstlich und östlich von Luckau, aber auch in der Metropole Berlin (rd. 70 min. Fahrzeit) führt zu einer ausgeprägten überörtlichen Konkurrenzsituation. Zentralitätswerte unter 100 % u.a. in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereiches, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente und Sportartikel/Fahrräder/Camping sowie im langfristigen Bedarfsbereich (s.u.) bedeuten Kaufkraftabflüsse aus Luckau. Hierbei handelt es sich insbesondere um Warengruppen, die in Luckau unterrepräsentiert sind und in den umliegenden Zentren mit quantitativ und qualitativ umfangreichen Flächenangeboten vorgehalten werden.

Die Ergebnisse der Haushaltsbefragung zum Einkaufsverhalten verdeutlichen, dass Luckau Kaufkraft an insbesondere in die umliegenden Mittelzentren Lübben und Lübbenau/Spreewald verliert. Als Konkurrenz zum örtlichen Einzelhandel gewinnen aber auch der Versand- und Kataloghandel sowie der Internetverkauf zunehmend an Bedeutung.

3.3 Angebotsanalyse – Ergebnisse der Bestandserhebung

Die insgesamt 103 Betriebe in Luckau verfügen über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 25.000 m², dies führt zu einer Gesamtverkaufsflächenausstattung von 2,4 m² pro Einwohner (ohne die Gemeinde Heideblick). Bezieht man die Einwohner der angrenzenden Gemeinde Heideblick mit ein ergibt sich ein Wert von 1,7 m² Verkaufsfläche pro Einwohner. Der Durchschnitt in Berlin-Brandenburg liegt bei rd. 1,4 m² pro Einwohner. Somit verfügt Luckau aktuell bereits über eine quantitativ, überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand Luckau

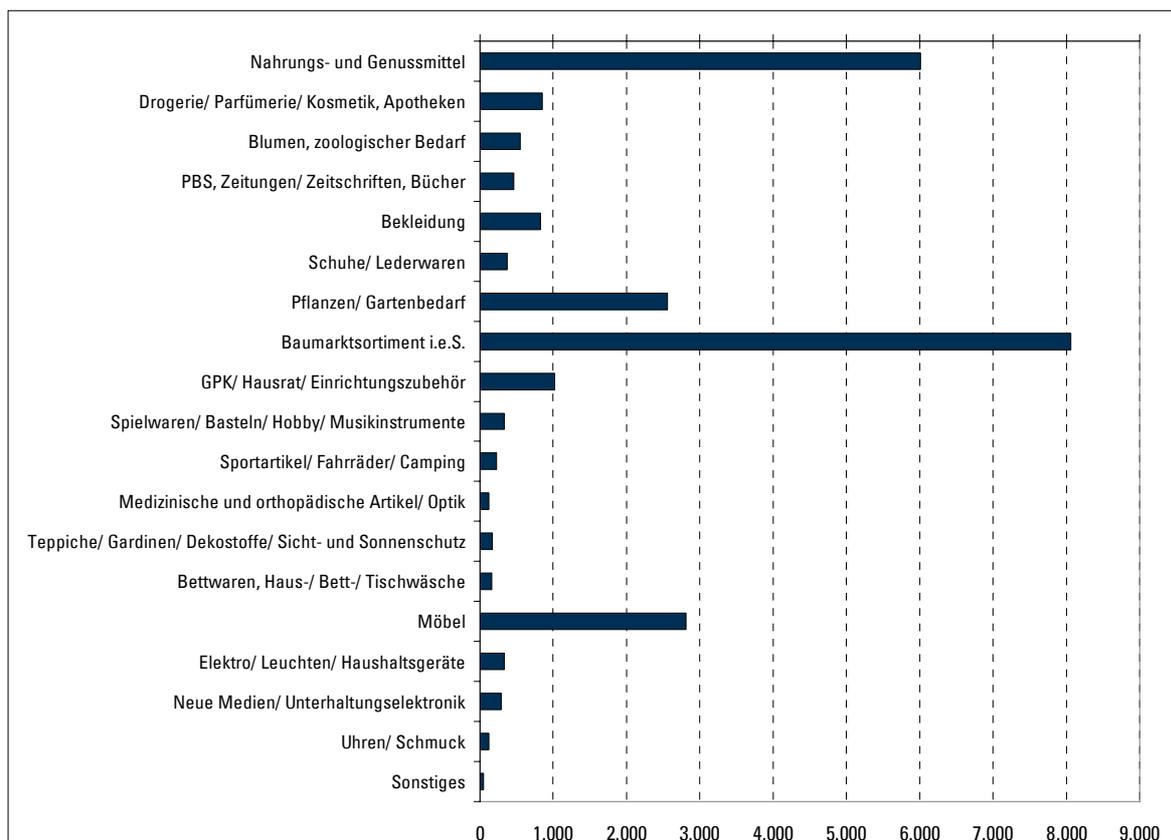
Anzahl der Betriebe*	103
Gesamtverkaufsfläche**	25.300 m ² VKF pro Ew.: rd. 2,4 m ² (ohne Gemeinde Heideblick) VKF pro Ew.: rd. 1,7 m ² (mit Gemeinde Heideblick) Durchschnitt in Berlin-Brandenburg rd. 1,4 m ² pro Ew.

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel, complan GmbH 04/2009, * ohne Leerstände, ** VKF Daten gerundet

Nachstehend ist die Aufteilung der Gesamtverkaufsfläche auf die einzelnen Warengruppen dargestellt. Tabelle 4 gibt zudem einen Überblick über die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner nach den einzelnen Warengruppen.

5 Alle Wegeangaben in Minuten Fahrtzeit mit dem PKW.

Abbildung 2: Verkaufsflächenbestand nach Warengruppen (in m²)



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel, complan GmbH 04/2009; Abweichungen ergeben sich durch Rundungen

Tabelle 4: Verkaufsflächen nach Warengruppen je Einwohner

Hauptbranche/Sortiment	VKF (m²)/ Ew. ohne Heideblick	VKF (m²)/ Ew. mit Heideblick
Nahrungs- und Genusmittel	0,58	0,41
Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken	0,08	0,06
Blumen, zoologischer Bedarf	0,05	0,04
PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher	0,04	0,03
Bekleidung	0,08	0,06
Schuhe/ Lederwaren	0,04	0,03
Pflanzen/ Gartenbedarf	0,25	0,18
Baumarktsortiment i.e.S.	0,77	0,55
GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör	0,10	0,07
Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente	0,03	0,02
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	0,02	0,02
Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik	0,01	0,01
Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz	0,02	0,01
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	0,02	0,01
Möbel	0,27	0,19
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	0,03	0,02
Neue Medien/ Unterhaltungselektronik	0,03	0,02
Uhren/ Schmuck	0,01	0,01
Sonstiges	0,00	0,00
Gesamtergebnis	2,43	1,74

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel, complan GmbH 04/2009, Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Rundungen

Den größten Anteil an der Gesamtverkaufsfläche nimmt mit rd. 8.100 m² das Baumarktsortiment i.e.S. noch vor dem Sortiment der Nahrungs- und Genussmittel (rd. 6.000 m²) ein. Hier beträgt die Ausstattung fast 0,6 m²/ Einwohner, was deutlich über dem Bundesdurchschnitt in diesem Sortiment (0,35 bis 0,4 m²/ VKF) liegt. Danach folgen Möbel (rd. 3.000 m²) sowie Pflanzen/ Gartenbedarf (rd. 2.600 m²).

Bei der Betrachtung der Einzelhandelsstruktur nach städtebaulichen Lagebereichen ergibt sich folgendes Bild. Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum verfügt in Luckau insgesamt über mehr als die Hälfte aller Einzelhandelsbetriebe, weist allerdings nur einen Anteil von 27 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf. Damit befindet sich ein ausbaufähiger Anteil der Einzelhandelsbetriebe innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, da diese Betriebe weniger als ein Drittel der gesamtstädtischen Verkaufsfläche stellen. In städtebaulich integrierter Lage befindet sich mit 40 % der Betriebe und mit 57 % der Verkaufsfläche ein sehr bedeutender Anteil des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots. Die städtebaulich nicht integrierten Lagen stellen mit nur 4 % der Betriebe rd. 15 % der Verkaufsfläche.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand nach städtebaulichen Lagebereichen

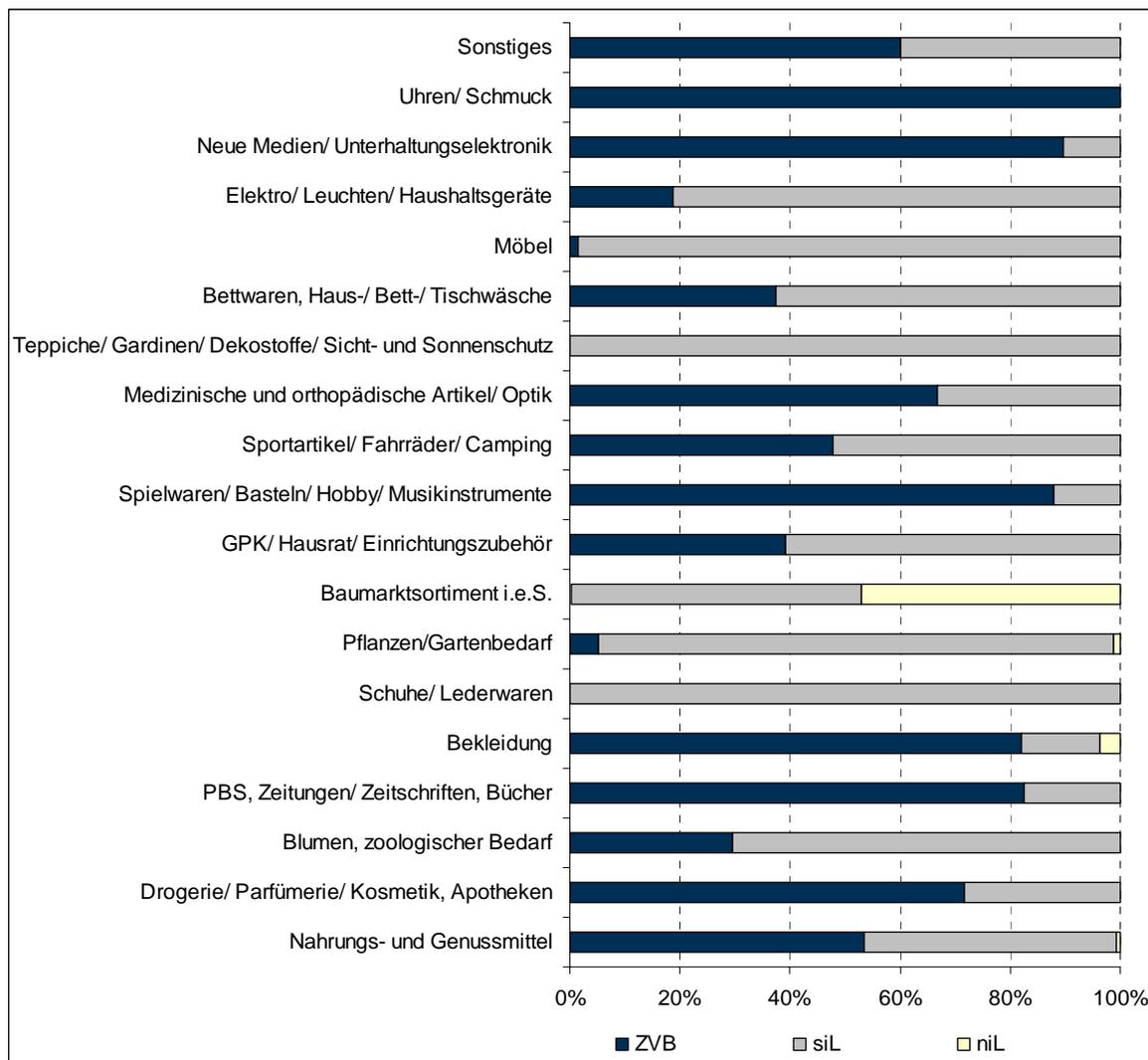
	Innenstadtzentrum ZVB (IZ)	Sonstige städtebaulich integrierte Lagen (siL)	Städtebaulich nicht integrierte Lagen (niL)
Anzahl der EH-Betriebe	58	41	4
Anteil gesamtstädtisch	56 %	40 %	4 %
Verkaufsfläche (m ²)	6.870	14.530	3.900
Anteil gesamtstädtisch	27 %	57 %	15 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel, complan GmbH 04/2009, Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Rundungen, ZVB = Zentraler Versorgungsbereich

Neben Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs wie Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren sind in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt auch zentrenrelevante Sortimente wie Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente, Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik, Neue Medien/ Unterhaltungselektronik und Uhren/ Schmuck mit den höchsten Anteilen vorhanden, wenngleich in vielen Warengruppen insgesamt ein quantitativ äußerst geringer Besatz vorhanden ist (< 100 m² VKF z. B. bei Sportartikel/ Fahrräder/ Camping und Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte).

In den städtebaulich integrierten Lagen befinden sich hauptsächlich die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Pflanzen/ Gartenbedarf, Baumarktsortimente und Möbel, aber auch Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken, Blumen, zoologischer Bedarf, Glas, Porzellan, Keramik/ Hausrat/ Einrichtungszubehör und Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte sind dort zu finden. Die Standorte in städtebaulich nicht integrierten Lagen, die im Idealfall das Angebot des Innenstadtzentrums ergänzen sollten, beschränken sich in Luckau beispielhaft auf für nicht integrierte Lagen typische Sortimentsgruppen, wie das Baumarktsortiment i.e.S. (vgl. folgende Abbildung).

Abbildung 3: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen und Lagebereichen



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel, complan GmbH 04/2009

Im Ergebnis zeigt die Angebotsverteilung, dass sich der Schwerpunkt des zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangebotes im Innenstadtzentrum und in den städtebaulich integrierten Lagen befindet. Die Verkaufsflächen in nicht integrierten Lagen sind fast ausschließlich durch nicht zentrenrelevante Sortimente geprägt.

Der Einzelhandelsbestand differenziert nach Größenklassen stellt sich wie folgt dar:

Tabelle 6: Einzelhandelsbestand nach Betriebsgrößenklassen

	<50 m ²	50-100 m ²	101-200 m ²	201-400 m ²	401-800 m ²	801-2.000 m ²	>2.000 m ²
Anzahl der Betriebe	43	33	9	7	5	3	3
Anteil gesamtstädtisch	42 %	32 %	9 %	7 %	5 %	3 %	3 %
Verkaufsfläche	1.318	2.208	1.148	2.008	3.704	4.617	10.334
Anteil gesamtstädtisch	5 %	9 %	5 %	8 %	15 %	18 %	41 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel, complan GmbH 04/2009

Der größte Anteil (rd. 74 %) der Luckauer Einzelhandelsbetriebe weist eine Verkaufsfläche von < 100 m² auf. Nur sechs Betriebe in Luckau überschreiten die Schwelle der Großflächigkeit von 800 m² Verkaufsfläche. Die großflächigen Einzelhandelsbetriebe vereinen dabei rd. 59 % der Verkaufsfläche auf sich, wohingegen die Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von weniger als 100 m² einen Verkaufsflächenanteil von rd. 14 % aufweisen. Insgesamt ist die Angebotsstruktur somit als kleinteilig zu bezeichnen, was auch auf die historische Bausubstanz im Innenstadtzentrum zurückzuführen ist.

3.4 Nachfrageanalyse – Ergebnisse der Befragungen

3.4.1 Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

In der telefonischen Haushaltsbefragung wurden die Luckauer Bürger neben ihrem räumlichen Einkaufsverhalten nach ergänzenden Aspekten qualitativer Art befragt. Diese qualitativen Einschätzungen der befragten Haushalte runden die quantitativen Analysen u. a. hinsichtlich vermisser Sortimente und der Zufriedenheit mit dem Einkaufsstandort Luckau ab.

Vermisste Angebote in Luckau

Im Ergebnis vermisst mit rd. 70 % der Großteil der Befragten Artikel oder Angebote beim Einkauf in Luckau. Von den Befragten, die etwas vermissen, werden vor allem die Sortimente Bekleidung (79 %), Schuhe/ Lederwaren (17 %) sowie Kurzwaren (11 %) genannt.

Abbildung 4: Vermisste Angebote und Artikel in Luckau

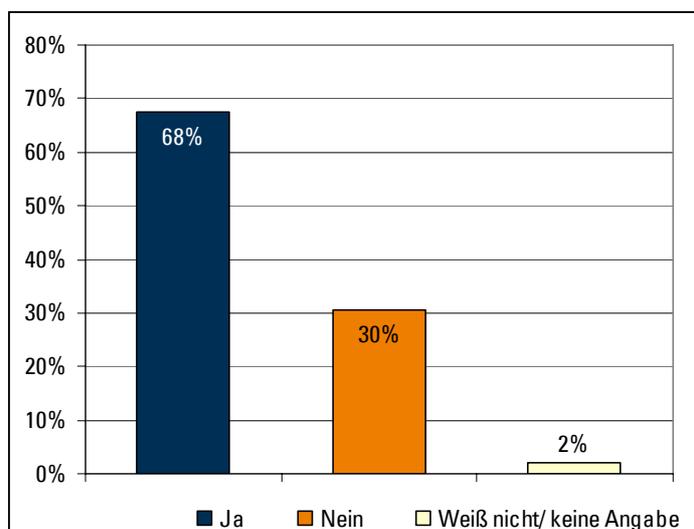


Tabelle 7: Vermisste Angebote im Detail

Vermisste Angebote	Antworten (in %)
Bekleidung	79
Schuhe, Lederwaren	17
Kurzwaren	11
Möbel	8
Glas / Porzellan / Keramik, Hausrat und Einrichtungsgegenstände	7

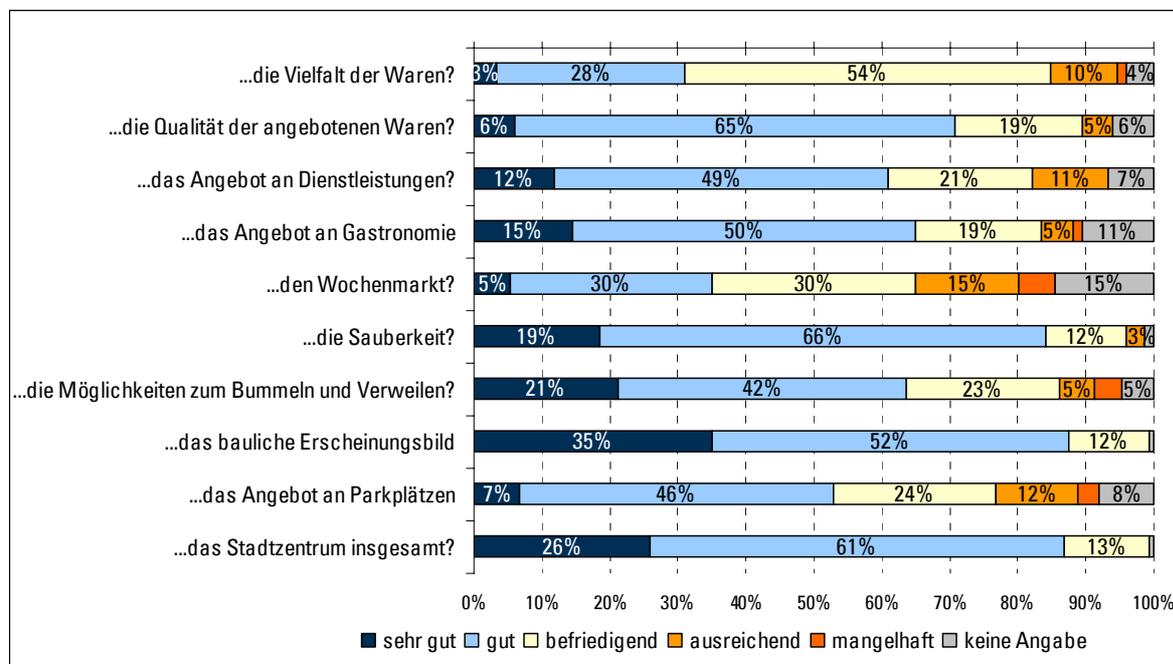
Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel und complan 04/ 2009; eigene Analyse

Bei einer näheren Bewertung der vermissten Artikel oder Angebote ist zu berücksichtigen, dass in den Nennungen weitere Kundenanforderungen enthalten sind, die aber durch diese Abfrage nicht offen gelegt werden können (z. B. bestimmte Teilsortimente innerhalb der als vermisst genannten Sortimente, ein bestimmter Zielgruppenbezug wie etwa Junge Mode/ Mode für Senioren sowie bestimmte Ansprüche an Warenqualität, Bedienung, Service und Shopperlebnis). Aus den Nennungen zu vermissten Angeboten ergeben sich keine Hinweise auf marktgerechte Ansiedlungspotenziale. Die Aussagen zu vermissten Angeboten sind ein erster Hinweis auf die Standortattraktivität sowie auf Handlungsbedarfe.

Bewertung des Innenstadtzentrums

Die Bewertung des Innenstadtzentrums von Luckau durch die Kunden fällt insgesamt positiv aus. So beantworten rd. 87 % die Frage „Wie bewerten Sie das Stadtzentrum von Luckau insgesamt?“ mit sehr gut bis gut. Während dessen sind nur 13 % der Ansicht, dass das Stadtzentrum insgesamt als befriedigend bewertet werden kann.

Abbildung 5: Bewertung des Innenstadtzentrums



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel und complan 04/ 2009; eigene Analyse

Bei der Betrachtung der einzelnen abgefragten Qualitätsmerkmale des Innenstadtzentrums wird deutlich, dass auch diese Aspekte insgesamt alle relativ gut bewertet werden. Die Vielfalt der Waren wird von rd. 31 % der Befragten mit sehr gut und gut bewertet und mehr als die Hälfte (54 %) bewertet sie immerhin noch als befriedigend.

Die Qualität der Waren wird im Vergleich dazu jedoch deutlich besser bewertet. Hier kommen rd. 71 % der Befragten zu einer Bewertung mit sehr gut und gut. Auch hinsichtlich des Angebotes an Dienstleistungen und an Gastronomie und hinsichtlich der Möglichkeit zum Bummeln und Verweilen sowie des baulichen Erscheinungsbildes und des Angebotes an Parkplätzen werden durchweg positive Bewertungen vergeben (Anteile der Noten sehr gut und gut zwischen 50 und 65 %).

Besonders positiv sind die Bewertungen der Sauberkeit und des baulichen Erscheinungsbildes in Luckau hervorzuheben, hier kommen jeweils rd. 85 % zu einer sehr guten bis guten Bewertung. Negativer ist die Bewertung des Wochenmarktes. Diesen bewerten die Befragten nur zu 35 % mit sehr gut und gut, 30 % bewerten ihn hingegen mit befriedigend und insgesamt 20 % mit ausreichend und mangelhaft.

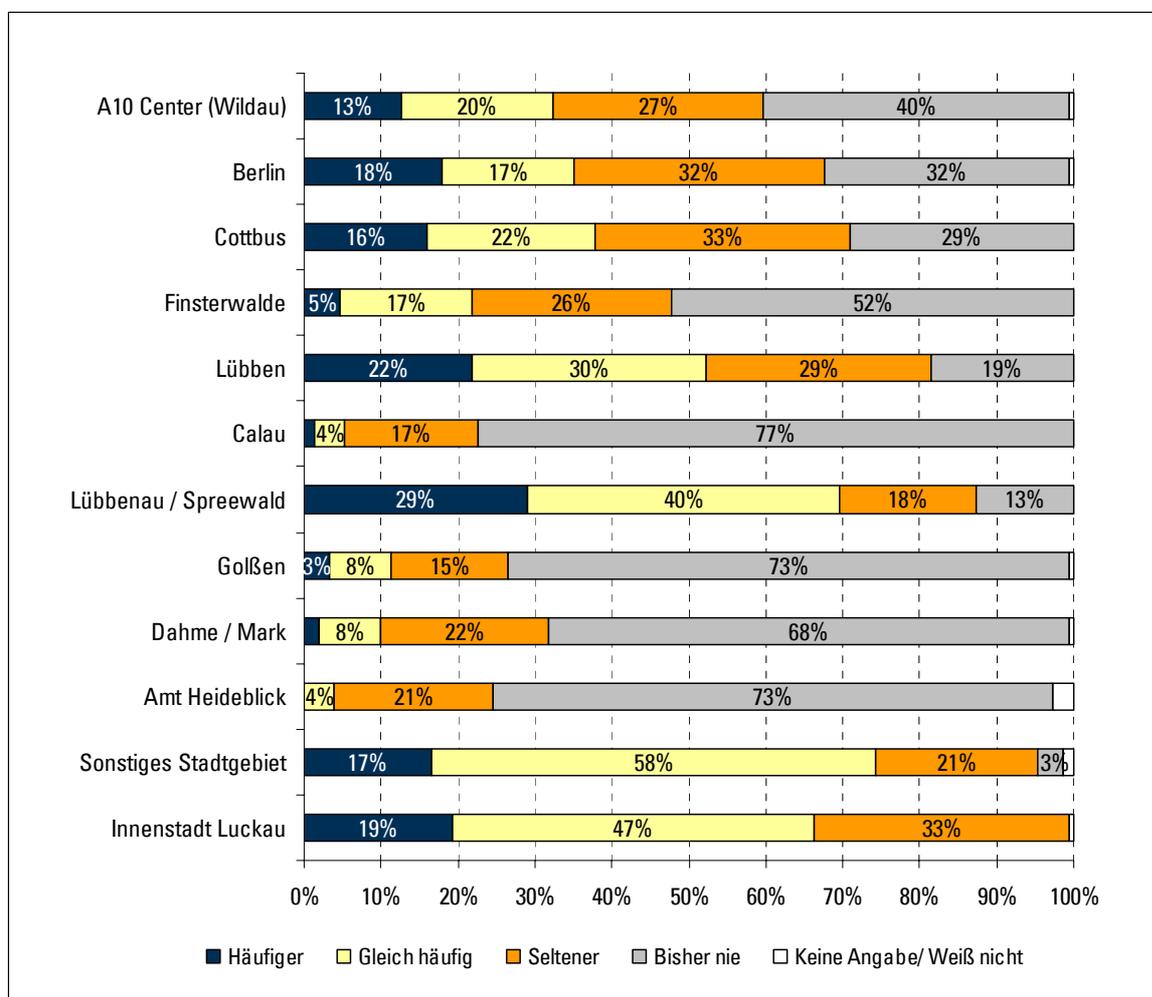
In der Zusammenschau ergeben sich somit hinsichtlich der abgefragten Kriterien des Innenstadtzentrums Optimierungsbedarfe in der Warenvielfalt und in der Verbesserung des Wochenmarktes in Luckau.

Veränderung der Einkaufshäufigkeit

Die Veränderung der Einkaufshäufigkeit an verschiedenen Standorten wird in folgender Abbildung deutlich. So zeigt Abbildung 6, dass die Einkaufshäufigkeit der Innenstadt von Luckau in der Gesamtschau leicht rückläufig ist. Während 19 % der Befragten in der gesamten Innenstadt häufiger einkaufen, besuchen 33 % die Innenstadt seltener, fast die Hälfte der Befragten sucht die Innenstadt aber immer noch gleich häufig auf.

Als wichtige Einkaufsstandorte im direkten Umland fallen Lübbenau/ Spreewald und Lübben auf. Diese werden von 29 % bzw. 22 % häufiger und von 40 % bzw. 30 % gleich häufig besucht. Die übrigen Standorte in der Region nehmen nur einen relativ geringen Stellenwert ein. Der überwiegende Teil der Haushalte kauft dort im Saldo seltener ein bzw. hat dort bisher noch nie eingekauft. Dies gilt ebenfalls für Cottbus, Berlin und das A10-Center in Wildau, die eine geringe Bedeutung haben.

Abbildung 6: Veränderungen der Einkaufshäufigkeit in den letzten drei Jahren an verschiedenen Standorten



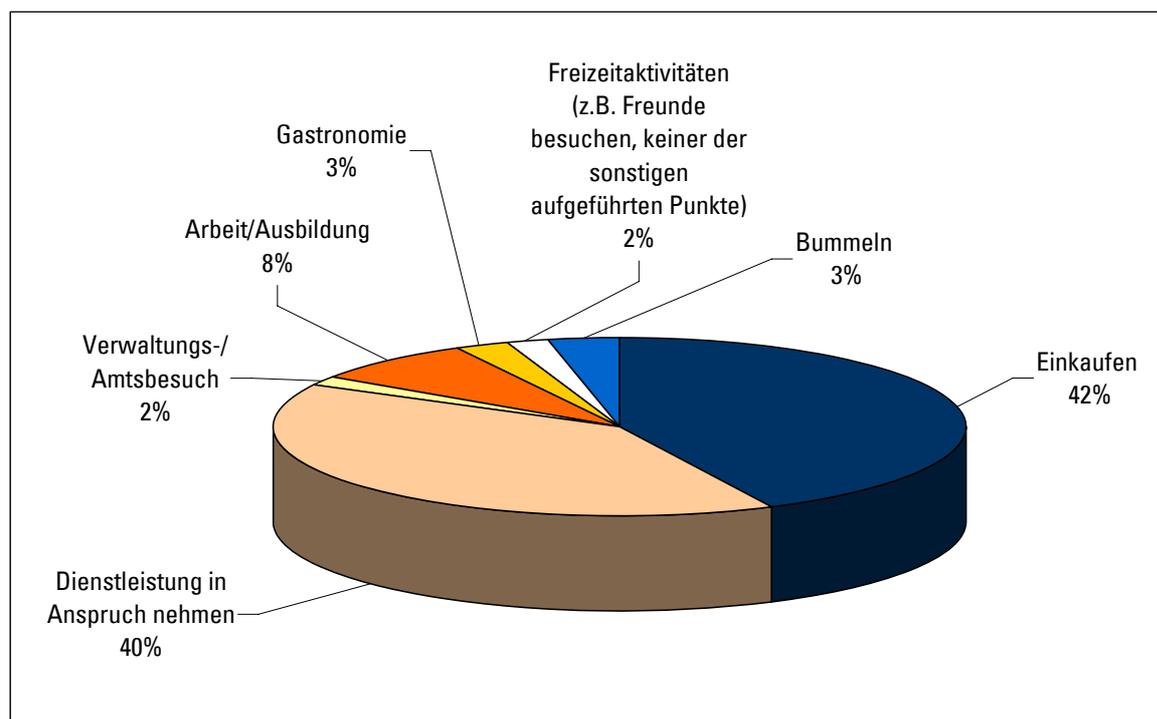
Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel und complan 04/ 2009; eigene Analyse

3.4.1 Ergebnisse der Passantenbefragung

Besuchsmotive und -gründe

Als Gründe für einen Innenstadtbesuch wurden von den befragten Passanten am häufigsten „Einkaufen“ (77 %) und „Dienstleistung in Anspruch nehmen“ (73 %) genannt. „Verwaltung- und Amtsbesuche“, „Gastronomie“, „Freizeitaktivitäten“ und „Bummeln“ sind als Gründe für einen Innenstadtbesuch von deutlich geringerer Bedeutung. Einfluss auf die Angaben zum Besuchsmotiv „Arbeit/Ausbildung“ (14 %) haben die Aussagen der befragten Schüler des Bohnstedt-Gymnasiums.

Abbildung 7: Grund des Innenstadtbesuchs (n = 203 ; Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Passantenbefragung, 05/2009; eigene Darstellung

Besuchshäufigkeit und Herkunft

Zwei Drittel der Befragten Passanten besuchen die Luckauer Innenstadt sehr oft (fast jeden Tag) bzw. oft (mehr als einmal in der Woche). 18 % gaben an nur gelegentlich in die Innenstadt zu kommen. Die hohe Besuchshäufigkeit ist charakteristisch für Kleinstädte, die einen hohen Besucheranteil aus dem direkten Umland haben. Nach den Angaben zum Wohnort der befragten Passanten liegt dieser Besucheranteil in Luckau bei rd. 80 %.

Aufgrund der Wohnortangaben der Innenstadtbesucher kann ein ungefähres Einzugsgebiet der Stadt Luckau dargestellt werden. Rd. die Hälfte der Befragten kommt aus Luckau (hierbei aus der Kernstadt). An den Umfrageergebnissen wird deutlich, dass Luckau die Versorgungsfunktion für die Ortsteile sowie für die Gemeinde Heideblick ausübt. So kommen 19 % der Innenstadtbesucher aus den umliegenden Luckauer Ortsteilen und 13 % sind Einwohner der angrenzenden Gemeinde Heideblick. Aus dem Umland kommen Besucher insbesondere aus den Städten Golßen (7 %) und Dahme/ Mark (2 %).

Verkehrsmittel

Für den Innenstadtbesuch nutzen 52 % der Innenstadtbesucher den PKW. Für eine Kleinstadt ist dieser Wert als charakteristisch anzusehen. Die heutzutage große Bedeutung der mobilen Flexibilität drückt sich insbesondere im ländlichen Raum über einen hohen Stellenwert des Individualver-

kehrts aus. Die Anteile der Besucher die für ihren Einkauf das Fahrrad benutzen bzw. zu Fuß kommen sind mit 25 % bzw. 21 % annähernd gleich gewichtet.

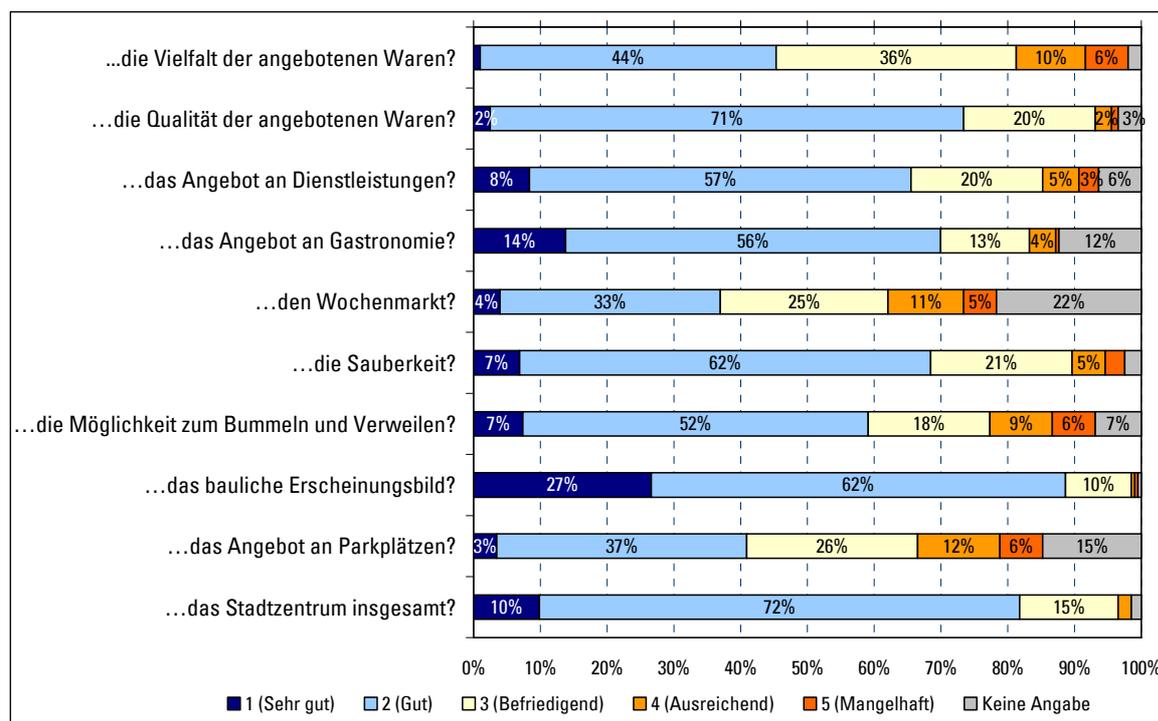
Der Anteil der befragten Innenstadtbesucher die angeben, den Bus zu nutzen, ist mit 3 % sehr gering⁶. Als Gründe hierfür können die niedrigen Taktfrequenzen der Buslinien in die umliegenden Ortsteile und das angrenzende Umland genannt werden und die damit bestehende geringe Flexibilität für die Bewohner.

Beurteilung einzelner Aspekte der Innenstadt

Im Gesamtergebnis der Befragung wird die Luckauer Innenstadt äußerst positiv bewertet. So beantworten 82 % das Stadtzentrum insgesamt mit sehr gut und gut. Bei der Betrachtung einzelner abgefragter Aspekte wird deutlich, dass insbesondere das bauliche Erscheinungsbild positiv herausgestellt wird. Ähnlich der Haushalts- und Händlerbefragung beurteilen fast 90 % der Passanten insbesondere den hohen Sanierungsstand der historischen Bausubstanz als positiv.

Auch für den Aspekt Sauberkeit geben rd. 70 % der Passanten sehr gute und gute Bewertungen. Die Qualität des innerstädtischen Warenangebotes beurteilen - ähnlich den Ergebnissen aus der Haushaltsbefragung - rd. drei Viertel der Befragten mit sehr gut und gut. Die Einschätzung der Vielfalt des Einzelhandelsangebotes ergibt ein ambivalentes Ergebnis. So sieht rd. die Hälfte der Befragten deutliche Defizite und vergibt die Bewertungen befriedigend bis mangelhaft. 45 % vergeben dagegen die Noten sehr gut und gut.

Abbildung 8: Wie bewerten Sie die Innenstadt im Hinblick auf ...? (n=203)



Quelle: Passantenbefragung, 05/2009; eigene Darstellung

6 Ein weiterer Einflussfaktor sind die SchülerInnen des Bohnstedt-Gymnasiums, die für ihren Schulweg die Buslinien ins Umland nutzen. Es ist zu erwarten, dass es bei einer entsprechenden Berücksichtigung dieser Personengruppe in der Befragung zu einer Erhöhung des Anteils der Befragten kommt die als Verkehrsmittel den Bus nutzen.

Neben der Angebotsbewertung im Einzelhandel wurde auch nach der Einschätzung der Passanten zum gastronomischen Angebot gefragt. Hierbei bewerten 70 % der Befragten das Angebot mit sehr gut und gut, lediglich 17 % vergeben die Noten befriedigend und ausreichend.

Das Angebot an Parkplätzen wird nach Erfahrungen aus anderen Kommunen meist negativ bewertet. Auch in Luckau wird dieser Aspekt als unzureichend beurteilt. So sehen 40 % der Innenstadtbesucher das Angebot als ausreichend an, 26 % bewerten die Parkplatzsituation mit befriedigend und 18 % nur mit ausreichend und mangelhaft.

Die Bewertung des Wochenmarktes entspricht den Ergebnissen der Haushaltsbefragung. 37 % der Passanten äußern sich zufrieden zum Wochenmarkt und rd. 40 % sehen deutliche Defizite und vergeben die Noten befriedigend bis mangelhaft.

Vermisste Angebote

Die erfassten Bewertungen aus der Passantenbefragung entsprechen nahezu den Ergebnissen der telefonischen Haushaltsbefragung. So geben 58 % der befragten Passanten an, dass sie einzelne Warenangebote oder Sortimente in der Luckauer Innenstadt vermissen. 73 % dieser Befragten wünschen sich mehr Angebote im Sortimentsbereich „Bekleidung“, 17 % bzw. 10 % im Bereich „Lebensmittel“ und „Schuhe“.

Abbildung 9: Vermisste Angebote und Artikel in Luckau

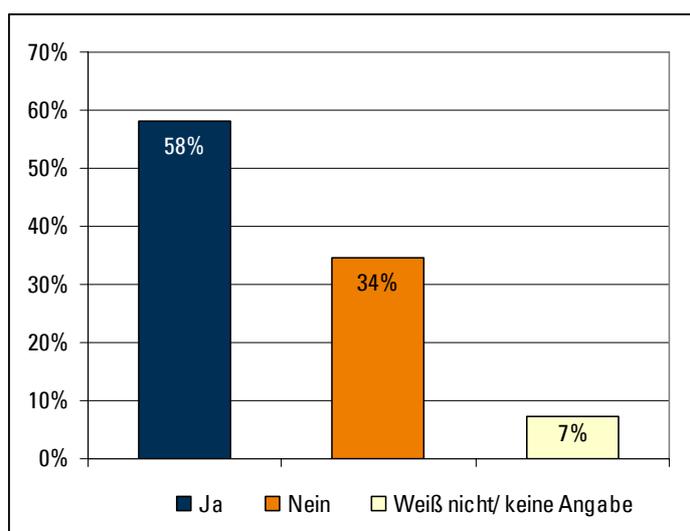


Tabelle 8: Vermisste Angebote im Detail

Vermisste Angebote	Antworten (in %)
Bekleidung	73
Lebensmittel	17
Schuhe, Lederwaren	10
Haushaltswaren	8
Spielwaren	6

Quelle: Passantenbefragung, 05/2009; eigene Darstellung

3.4.2 Ergebnisse der Händlerbefragung

Herkunft der Kunden

Die Angaben der in der Innenstadt ansässigen Händler zur Herkunft ihrer Kunden bestätigen die Ergebnisse der Passantenbefragung. So umfasst das Einzugsgebiet das angrenzende Umland mit den Luckauer Ortsteilen sowie die Gemeinde Heideblick. Aber auch die Städte Golßen und Dahme/Mark werden als Wohnort der Kunden genannt. Ferner geben einzelne Fachgeschäfte an, Nachfrage auch aus den Mittelzentren Lübben und Lübbenau/ Spreewald zu bedienen.

Vermisste Angebote

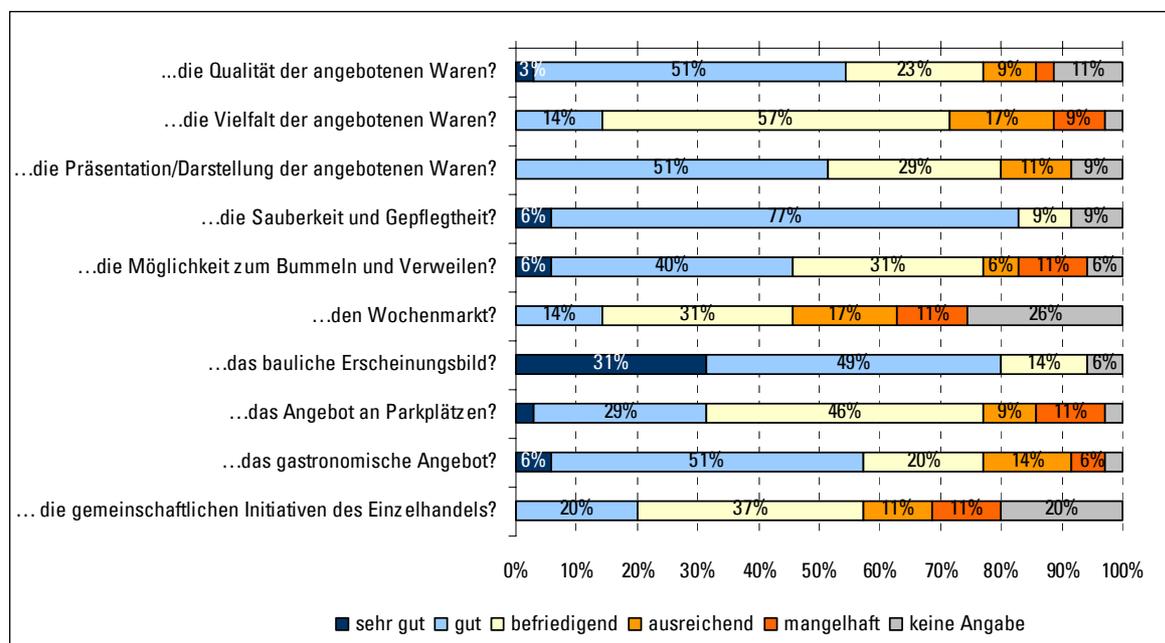
Die Frage „Gibt es Angebote die Ihrer Meinung nach in der Innenstadt fehlen?“ beantworteten 80 % der Händler mit ja. Übereinstimmend bewerten sowohl Händler als auch Passanten und Haushalte Angebotsdefizite im Sortimentsbereich Bekleidung (70-90 %), des Weiteren im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, Schuhe/Lederwaren sowie Haushaltswaren.

Beurteilung bestimmter Aspekte der Innenstadt

Die Gesamtbewertung der Innenstadt fällt im Ergebnis allen Befragungen (Haushalte, Händler, Passanten) positiv aus. Dabei werden von den Händlern insbesondere die Aspekte bauliches Erscheinungsbild und Sauberkeit herausgestellt.

Ambivalente Beurteilungen ergeben sich hinsichtlich der Qualität und der Präsentation der angebotenen Waren sowie bei der Bewertung der Aufenthaltsmöglichkeiten. Lediglich jeweils rd. die Hälfte der Händler vergibt hier die Bewertungen sehr gut und gut. Die Möglichkeit zum Bummeln und Verweilen bewerten die befragten Haushalte und Passanten deutlich positiver.

Abbildung 10: Wie bewerten sie im Hinblick auf die Innenstadt ...? (n = 34)



Quelle: Händlerbefragung, 05/2009; eigene Darstellung

Bei der Vielfalt der angebotenen Waren und dem Wochenmarkt sehen die befragten Händler deutliche Defizite. Die Angebotsvielfalt bewerten rd. 60 % mit der Note befriedigend, 26 % vergeben ausreichend und mangelhaft. Hinsichtlich des gastronomischen Angebotes in der Innenstadt sehen die Händler eher ein qualitatives denn quantitatives Defizit.

Auf die Frage nach Aspekten, die in der Innenstadt als positiv bzw. negativ benannt werden können, ergibt sich erfahrungsgemäß ein hohes Gewicht an negativen Angaben. Am häufigsten genannt wurden von den Händlern die Parkplatzsituation, insbesondere die Parkgebühren und das Blockieren der Kundenparkplätze durch Dauerparker und Händler. Gemäß Erfahrungen aus anderen Händlerbefragungen stellen Händler oftmals die Parksituation als Hauptkritikpunkt heraus und bewerten diese deutlich negativer als die befragten Haushalte und Passanten.

Als weiterer negativer Aspekt wurde - trotz Hervorheben der Sanierungserfolge – die bestehenden Leerstände und unsanierten, ruinösen Bestände angeführt. Kritisiert wurden im Weiteren die uneinheitlichen Öffnungszeiten, insbesondere die differierenden Öffnungszeiten von Einzelhandel und Gastronomie.

Die Problematik der uneinheitlichen Öffnungszeiten wird bei der Betrachtung der Erhebungsergebnisse deutlich. So öffnen die innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe von Montag bis Freitag zu neun verschiedenen Anfangszeiten im Zeitraum von 6 Uhr bis 10 Uhr, dabei öffnen 64 % um 9 Uhr. Vier Geschäfte haben nicht durchgehend geöffnet. Drei Geschäfte haben täglich unterschiedliche Öffnungszeiten. Die Endzeiten der Öffnungszeiten sind im Luckauer Einzelhandel ebenfalls uneinheitlich. So existieren zwischen 17 Uhr und 19 Uhr vier verschiedene Ladenschlusszeiten. Allerdings schließen rd. 90 % der Betriebe einheitlich um 18 Uhr. Hinsichtlich der Geschäftszeiten am Wochenende ist festzustellen, dass auch am Samstag für die Innenstadtbesucher keine Öffnungszeitensicherheit besteht. So gibt es sieben verschiedene Anfangszeiten, wobei rd. 70 % der Einzelhändler um 9 Uhr öffnen. 85 % der Einzelhändler schließen ihre Geschäfte um 12 Uhr.

Die ungleichen Öffnungszeiten der Geschäfte in der Innenstadt sind ein Zeichen für die geringe Abstimmung und Zusammenarbeit in der Händlerschaft. Die Bewertung der Händler zu den gemeinschaftlichen Initiativen des Einzelhandels bestätigt dies. So sehen nur 20 % der Befragten eine gute Zusammenarbeit, dagegen empfinden 37 % die Kooperation als befriedigend und rd. ein Viertel als ausreichend und mangelhaft. 20 % der Händler waren sich in der Beurteilung unsicher. Die nachgestellte Frage, nach der Bereitschaft sich aktiv in eine Händler- bzw. Interessengemeinschaft einzubringen fiel erwartungsgemäß ambivalent aus. So erklären sich 37 % bereitwillig, aber auch 37 % schließen eine aktive Beteiligung aus.

3.5 Ergebnisse der Passantenfrequenzzählung

Die Passantenfrequenzzählung ist ein geeignetes Instrument zur Untersuchung der räumlichen Verteilung des Passantenaufkommens, der Bestimmung von Laufrichtungen, der Bewertung einzelner Innenstadtbereiche hinsichtlich ihres Ranges sowie zur Beurteilung der Gesamtattraktivität der Innenstadt. An folgenden Standorten erfolgten Messungen der Passantenfrequenzen:

- Standort 1: Hauptstraße (vor der Hausnummer 43)
- Standort 2: Kreuzungsbereich Lange Straße/ Marktstraße
- Standort 3: Am Marktplatz/ Marktstraße
- Standort 4: Kreuzungsbereich Lange Straße/ Am Markt

Aufgrund ihrer historischen Begrenzung ist die Luckauer Innenstadt kompakt und durch kurze Wege gekennzeichnet. Dennoch differieren einzelne Teilbereiche der Innenstadt städtebaulich-funktional, die zu deutlich unterschiedlichen Passantenfrequenzen führen. So ergeben sich im Ergebnis der Untersuchung die höchsten Frequenzen an den Standorten 1 und 3. An der Langen Straße wurden im Vergleich aller Standorte die mit Abstand geringsten Frequenzen gemessen.

Abbildung 11: Passantenfrequenzen an den jeweiligen Zählstandorten



Quelle: Passantenfrequenzzählung, 05/2009, eigene Darstellung

Die vergleichende Untersuchung am Markttag ergibt insgesamt eine Erhöhung der Passantenfrequenzen an allen Standorten. Die stärkste Zunahme des Besucheraufkommens erfolgt an den Standorten 2 und 3⁷. Die Bereiche am Marktplatz/Marktstraße und die Hauptstraße sind sowohl an Markttagen als auch an Nicht-Markttagen am stärksten frequentiert. Im Tagesverlauf nehmen die Passantenfrequenzen tendenziell ab, wobei eine temporäre Erhöhung der Passantenfrequenz an den Nachmittagen gemessen wurde. Dabei ist am Nicht-Markttag im Zeitraum von 15:30 bis 15:40 Uhr und am Markttag von 14:30 bis 16:30 Uhr ein kurzzeitig erhöhtes Besucheraufkommen in der Innenstadt zu verzeichnen. Die Tagesspitze ist vormittags erreicht.

Bei der Interpretation der Passantenfrequenzen und deren Bedeutung für den Einzelhandel muss berücksichtigt werden, dass sich in der Luckauer Innenstadt durch das gezielte Aufsuchen einzelner Handelsbetriebe (Bäcker Bubner, Schlecker) und Dienstleistungsbetriebe (Sparkasse) punktuell Frequenzerhöhungen ergeben. Diese wirken sich allerdings nicht auf die Passantenströme in anderen Teilbereichen der Innenstadt aus. Auch die durch den Wochenmarkt erreichte Frequenzsteigerung wirkt sich nicht hinreichend auf Kundenläufe im restlichen Geschäftsbereich der Innenstadt aus.

Im Vergleich anderer Städte ist die Erhöhung der Passantenfrequenz in Luckau am Markttag als gering zu bewerten. So erreicht z.B. die Stadt Perleberg durch ihren innerstädtischen Wochenmarkt nahezu eine Verdopplung der Passantenzahl am Marktstandort sowie Zunahmen der Passantenfrequenzen in angrenzenden Geschäftsbereichen um rd. 20 bis 50 %. Der Anstieg des Besucheraufkommens in Luckau um rd. 25 % zeigt, dass das Potenzial des Wochenmarktes als frequenzsteigerndes „Event“ in der Innenstadt noch nicht ausgeschöpft ist.

7 Einflussfaktor auf die Frequenzhöhe sind die Unterrichtszeiten am Bohnstedt-Gymnasium. Die Laufrichtung der SchülerInnen erfolgt über den Markt, die Marktstraße zum Roten Turm, zum östlichen Innenstadteingang.

3.6 Kaufkraft und Einkaufsorientierung

Die Stadt Luckau verfügt gemäß BBE⁸ über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 89,7. Gegenüber dem Bundesdurchschnitt von 100 weist Luckau somit eine deutlich unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffer auf. Insgesamt verfügte Luckau im Jahr 2008 über eine Kaufkraft im Einzelhandel von 46,5 Mio. Euro. Bezieht man die angrenzende Gemeinde Heideblick mit ein, für welche Luckau eine Mitversorgungsfunktion übernimmt, so erhöht sich die Kaufkraft auf 64,8 Mio. Euro.

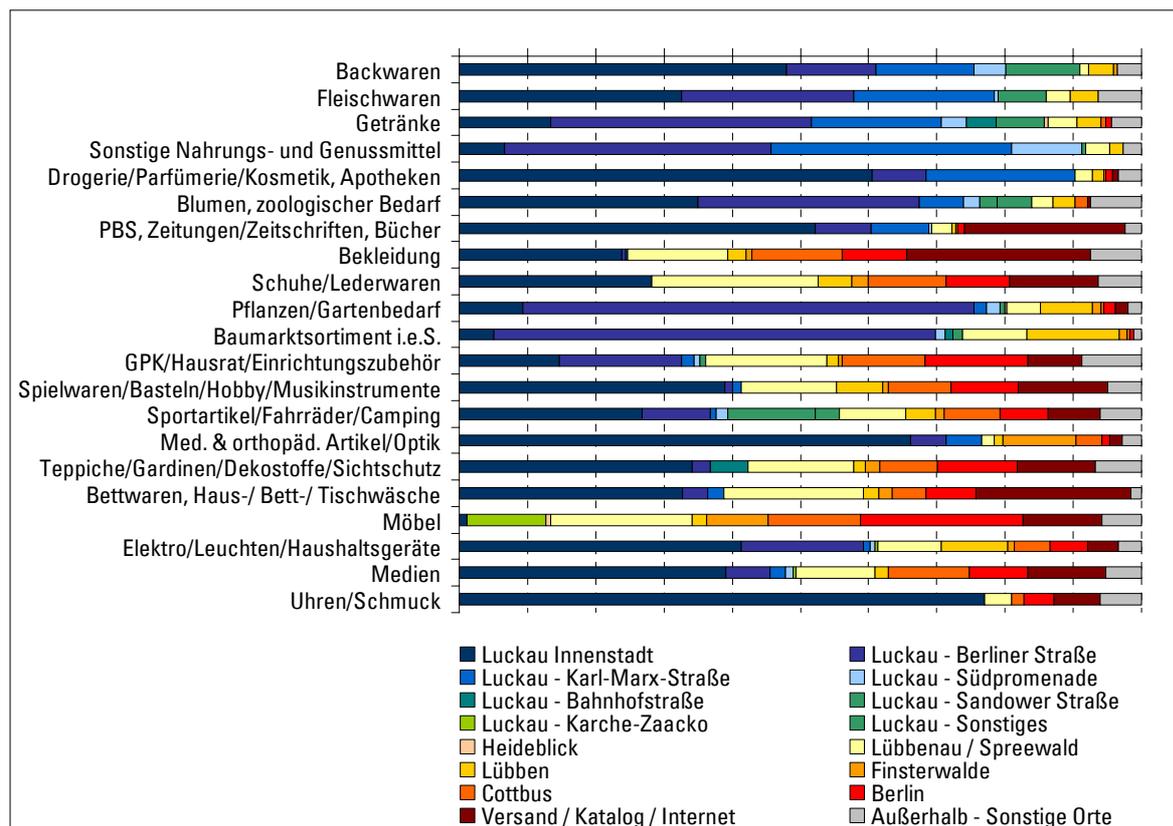
Tabelle 9: Branchenspezifische Kaufkraft in Luckau

Warengruppen	Kaufkraft (Mio. €) ohne Heideblick	Kaufkraft (Mio. €) mit Heideblick
Nahrungs- und Genussmittel (NuG)	18,9	26,3
Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken	2,8	3,9
Blumen, zoologischer Bedarf	0,7	1,0
PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher	1,7	2,4
kurzfristiger Bedarfsbereich	24,1	33,6
Bekleidung	4,1	5,7
Schuhe/ Lederwaren	1,0	1,4
Pflanzen/ Gartenbedarf	0,7	1,0
Baummarktsortiment i.e.S.	4,7	6,6
GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör	0,6	0,9
Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente	1,0	1,4
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	0,7	1,0
mittelfristiger Bedarfsbereich	12,8	17,9
Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik	0,7	1,0
Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz	0,6	0,8
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	0,5	0,7
Möbel	2,5	3,5
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	1,1	1,6
Neue Medien	3,3	4,6
Uhren/ Schmuck	0,4	0,6
Sonstiges	0,4	0,5
langfristiger Bedarfsbereich	9,6	13,3
Gesamt	46,5	64,8

Quelle: BBE 2008

Die Einkaufsorientierung beschreibt den Anteil an lokal vorhandener Kaufkraft, die in Luckau durch den örtlichen Einzelhandel abgeschöpft wird. Der Kaufkraftabfluss stellt den Kaufkraftanteil der Luckauer Bevölkerung dar, der von anderen Einzelhandelsstandorten (z. B. Nachbarstädten) gebunden wird. Beide Größen lassen – zunächst unabhängig von konkreten Standortstrukturen – Aussagen zur Attraktivität des Einzelhandelsstandortes zu. Zur Ermittlung dieser Kenngrößen dient die telefonische Haushaltsbefragung, die Ergebnisse sind in der folgenden Abbildung ablesbar.

Abbildung 12: Einkaufsorientierung Luckau (gesamtstädtisch)



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel und complan 04/ 2009; eigene Analyse

Die Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung zeigen, dass ein Teil der Luckauer Kaufkraft in andere Gemeinden fließt, im Wesentlichen erwartungsgemäß in die benachbarten Mittelzentren Lückbenau/ Spreewald und Lückben, das Oberzentrum Cottbus sowie die Metropole Berlin. Der Umfang der Kaufkraftabflüsse variiert zwischen den untersuchten Warengruppen. Insgesamt erreicht Luckau eine Bindung von rd. 62 % der lokalen Kaufkraft.

Es wird deutlich, dass Luckau bei kurzfristigen Bedarfsgütern eine hohe lokale Einkaufsorientierung erzielen kann: Bei den Warengruppen Backwaren, Fleischwaren, Getränke, sonstige Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Parfümerie, Kosmetik und Apotheken sowie Blumen, zoologischer Bedarf liegen die Werte durchweg zwischen 85 und 90 %. Die Warengruppe Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher fällt durch den Internethandel mit Büchern auf unter 70 %.

Bei zahlreichen mittel- und langfristigen Bedarfsgütern führt vor allem das Angebot im Mittelzentrum Lückbenau/ Spreewald, dem Oberzentrum Cottbus sowie der Metropole Berlin zu einem hohen Kaufkraftabfluss. Im mittelfristigen Bedarfsbereich wurde mit rd. 25 % die niedrigste lokale Einkaufsorientierung für das Sortiment Bekleidung ermittelt, besonders ins Gewicht fallen bei diesem Sortiment von den oben genannten Konkurrenzstandorten Lückbenau/ Spreewald und Cottbus. Eine vergleichsweise hohe Eigenbindung wird in den Warengruppen Baumarktsortiment i.e.S. (74 %) und Pflanzen/ Gartenbedarf (80 %) erreicht.

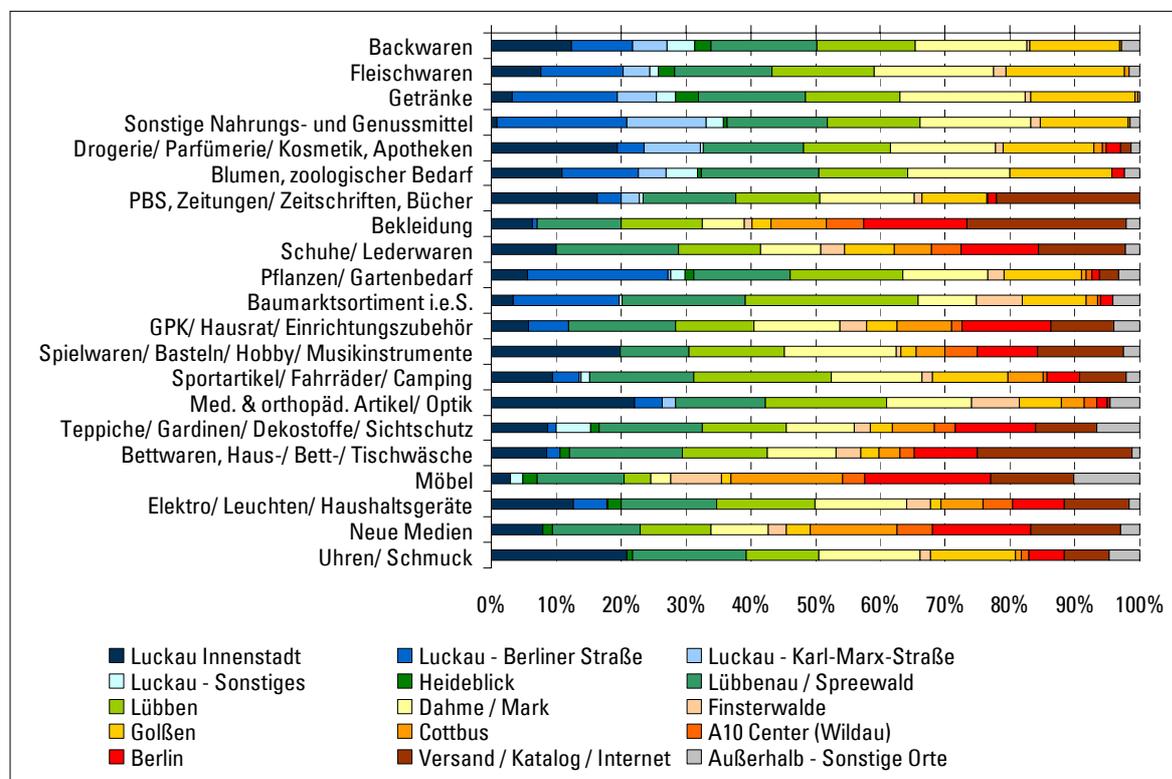
Bei den Warengruppen des langfristigen Bedarfes sind im Sortimentsbereich Möbel rd. 13 % gesamtstädtische Kaufkraftabflüsse vorhanden. Die höchsten Werte beim langfristigen Bedarf sind mit rd. 77 % bei der Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel/ Optik zu verzeichnen.

Der Verkauf via Internet oder Katalog fällt erfahrungsgemäß und so auch hier insbesondere bei den Sortimenten wie etwa Büchern oder Bekleidung oder Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche deutlich ins Gewicht und erreicht teilweise über 20 % der sortimentsbezogenen Kaufkraft.

Insgesamt spiegelt die lokale Einkaufsorientierung größtenteils die vorhandenen Verkaufsflächenausstattungen in den verschiedenen Warengruppen wieder: In Warengruppen, in denen in Luckau selbst ein attraktives Angebot vorhanden ist (z. B. beim Baumarktsortiment), ist eine hohe lokale Einkaufsorientierung vorhanden. In Warengruppen, in denen nur geringe Verkaufsflächenausstattungen vorhanden sind, z. B. im Bereich Bekleidung, ist die lokale Einkaufsorientierung aufgrund der mangelnde Angebotsbreite und -tiefe gering.

Neben den Einwohnern Luckaus wurden auch die Einwohner in den Umlandkommunen (Dahme/ Mark, Dahmetal, Lübben, Heideblick, Lübbenau, Drahnisdorf, Golßen, Kasel/ Golzig und Steinreich) befragt.

Abbildung 13: Einkaufsorientierung Luckau (Umlandkommunen)



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel und complan 04/ 2009; eigene Analyse

Die vorstehende Abbildung zeigt, dass gemäß der Versorgungsfunktion, von den Einwohnern der Umlandkommunen überwiegend kurzfristige Bedarfsgüter in Luckau nachgefragt werden. Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich erfahren insbesondere die Warengruppen Pflanzen/ Gartenbedarf sowie medizinisch und orthopädische Artikel/ Optik den stärksten, insgesamt aber schwach ausgebildeten Kaufkraftzufluss.

Die Ergebnisse zur derzeitigen lokalen und überörtlichen Einkaufsorientierung der Einwohner verdeutlicht eine der Versorgungsfunktion angemessene Positionierung des Einzelhandelsstandortes Luckau in der Region. Dies wird auch in den folgenden Ausführungen zur Zentralität der Stadt deutlich.

3.7 Umsatzermittlung und Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze im Luckauer Einzelhandel basiert auf allgemeinen und für Luckau spezifizierten Angebots- wie nachfrageseitigen Eingangsparametern:

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen sowie spezifische Kennwerte einzelner Anbieter zu Grunde gelegt: Das vorhandene Datenportfolio wird laufend entsprechend der Werte aus der aktuellen Handelsfachliteratur aktualisiert. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergibt sich unter Berücksichtigung nachfrageseitiger Rahmenbedingungen (insb. des Einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus in Luckau und dem Einzugsbereich) eine Datenübersicht des Umsatzes im Luckauer Einzelhandel.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe die konkrete Situation vor Ort berücksichtigt werden. So fließt die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen in die Umsatzberechnung ebenso mit ein, wie die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage eines Betriebes.

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von rd. 46 Mio. Euro brutto je Jahr ermitteln. Deutlich mehr als die Hälfte dieses Umsatzes wird durch die überwiegend kurzfristigen Bedarfsgüter erzielt (vgl. nachfolgende Tabelle). Rd. ein Viertel des Umsatzes entfällt auf mittelfristige Bedarfsgüter und gut 15 % auf die langfristigen Bedarfsgüter.

Tabelle 10: Angebots- und Nachfragedaten für Luckau in der Übersicht (Zentralität)

Warengruppen	VKF (m ²)	Brutto-Jahresumsatz (Mio. €)	Kaufkraft (Mio. €) ohne Heideblick	Kaufkraft (Mio. €) mit Heideblick	Zentralität ohne Heideblick	Zentralität mit Heideblick	VKF (m ²)/ EW ohne Heideblick	VKF (m ²)/ EW mit Heideblick
Nahrungs- und Genussmittel (NuG)	6.010	22,7	18,9	26,3	120%	86%	0,58	0,41
Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken	850	3,1	2,8	3,9	111%	80%	0,08	0,06
Blumen, zoologischer Bedarf	550	0,8	0,7	1,0	109%	78%	0,05	0,04
PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher	460	1,8	1,7	2,4	101%	73%	0,04	0,03
kurzfristiger Bedarfsbereich	7.870	28,3	24,1	33,6	118%	84%	0,75	0,54
Bekleidung	830	1,8	4,1	5,7	44%	32%	0,08	0,06
Schuhe/ Lederwaren	370	0,6	1,0	1,4	61%	44%	0,04	0,03
Pflanzen/ Gartenbedarf	2.560	1,0	0,7	1,0	139%	100%	0,25	0,18
Baumarktsortiment i.e.S.	8.060	5,3	4,7	6,6	113%	81%	0,77	0,55
GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör	1.020	1,0	0,6	0,9	153%	110%	0,10	0,07
Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente	330	0,8	1,0	1,4	79%	57%	0,03	0,02
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	230	0,5	0,7	1,0	71%	51%	0,02	0,02
mittelfristiger Bedarfsbereich	13.400	11,0	12,8	17,9	85%	61%	1,28	0,92
Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik	120	0,8	0,7	1,0	115%	83%	0,01	0,01
Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz	170	0,3	0,6	0,8	51%	37%	0,02	0,01
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	160	0,3	0,5	0,7	50%	36%	0,02	0,01
Möbel	2.810	2,0	2,5	3,5	81%	58%	0,27	0,19
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	330	0,9	1,1	1,6	80%	57%	0,03	0,02
Neue Medien	290	1,8	3,3	4,6	56%	40%	0,03	0,02
Uhren/ Schmuck	120	0,6	0,4	0,6	137%	99%	0,01	0,01
Sonstiges	50	0,2	0,4	0,5	46%	33%	0,00	0,00
langfristiger Bedarfsbereich	4.050	6,9	9,6	13,3	72%	52%	0,39	0,28
Gesamt	25.320	46,2	46,5	64,8	99%	71%	2,43	1,74

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel und complan GmbH 04/2009, eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2007, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007, BBE 2008

Gemessen an der vorhandenen Kaufkraft ergibt sich gesamtstädtisch eine Zentralität von 99 %. Insgesamt zeichnet sich Luckau durch die Versorgungsfunktion entsprechende Zentralitätswerte aus. Die Versorgungsfunktion der Stadt Luckau für die eigene Bevölkerung ist jedoch nicht in allen Sortimentsbereichen vorhanden. Luckau kann im kurzfristigen Bedarfsbereich eine Zentralität von 118 %, im mittelfristigen Bedarfsbereich von 85 % und im langfristigen Bedarfsbereich eine Zentralität von 72 % erreichen. Die Zentralitäten der einzelnen Warengruppen liegen lediglich im kurzfristigen Bedarfsbereich über 100 % und attestieren Luckau somit eine Versorgungsfunktion über die Stadtgrenze hinaus. Im mittelfristigen Bedarfsbereich gilt dies nur für die Warengruppen Pflanzen/ Gartenbedarf, Baumarktsortiment i. e. S. und GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör sowie für medizinisch und orthopädische Artikel/ Optik und Uhren/ Schmuck im langfristigen Bedarfsbereich. Insbesondere in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz, Bettwaren, Haus- / Bett- und Tischwäsche sowie Neue Medien könnte eine Steigerung der Zentralität zu einer Verbesserung der Versorgungsfunktion beitragen und die Attraktivität stärken.

Luckau übernimmt eine Mitversorgungsfunktion für die angrenzende Gemeinde Heideblick. Bezieht man die Gemeinde Heideblick in die Zentralitätsberechnung mit ein, so sinkt die Zentralitätskennziffer für Luckau auf 71 %. Auch im kurzfristigen Bedarfsbereich sinkt die Zentralität auf 86 %.

Die Zentralitätswerte sind eine wichtige Grundlage zur Bestimmung der Entwicklungspotenziale und werden im Kapitel 4 aufgegriffen.

3.8 Fazit: Positionsbestimmung des Einzelhandelsstandortes Luckau

Der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt bezogen auf die Gesamtstadt Luckau ist mit 27 % als vergleichsweise hoch zu bewerten. Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt ist mit 56 % hoch.

Die Innenstadt ist – aufgrund der historischen Bausubstanz – durch eine hohe Kleinteiligkeit gekennzeichnet. So verfügen 74 % der Einzelhandelsbetriebe über Verkaufsflächen unter 100 m², 42 % sogar unter 50 m². Die kleinteilige Immobilienstruktur und die Ausstattungsqualität des öffentlichen Raumes stellen sich bezüglich des Angebots an zeitgemäßen Gewerbeflächen für die Handelsentwicklung als Standortnachteil dar. Nicht zuletzt durch die fehlende Verfügbarkeit größerer Flächen sind in der Innenstadt keine Magnetbetriebe mit überregionaler Ausstrahlungskraft vorhanden, die durch ihre frequenzsteigernde Anziehungskraft den Einkaufsstandort attraktiver machen könnten. Eine weitere Schwäche stellen die vorhandenen gewerblichen Leerstände und unsanierten Gebäude dar, wobei keine ausgeprägte Leerstandsproblematik festzuhalten ist.

Als Stärke der Stadt Luckau ist der individuelle Charakter herauszustellen, der nicht zuletzt auch aus dem Angebot an kleinen inhabergeführten Geschäften erwächst. Durch die städtebaulich-funktionale Dichte und die überwiegend sanierte historische Bausubstanz bieten sich dem Besucher eine kompakte, übersichtliche Innenstadt sowie eine ansprechende Einkaufsatmosphäre mit kleinstädtischem Flair. Gleichwohl sind die Geschäftsöffnungszeiten in der Luckauer Innenstadt uneinheitlich und differieren von Geschäft zu Geschäft sehr stark. Der Innenstadtbesucher findet keine Öffnungszeitengarantie. Potenzielle Kunden die unter der Woche nach 18 Uhr einkaufen wollen, werden nicht angesprochen. Am Wochenende schließen alle Geschäfte bereits um 12 Uhr.

Die Ergebnisse der Passanten-, Haushalts- sowie Händlerbefragung zeigen insgesamt eine positive Gesamtbewertung der Innenstadt. Herausgestellt wurden insbesondere das bauliche Erscheinungsbild und die Sauberkeit in der Innenstadt. Defizite sehen die Befragten u.a. bei der Vielfalt der angebotenen Waren, der Parkraumsituation sowie dem Wochenmarkt. Bezüglich der Möglichkeit durch den Wochenmarkt eine effektvolle Erhöhung des Besucheraufkommens auch für den angrenzenden stationären Handel zu erreichen, zeigt sich ein derzeit nicht ausgeschöpftes Potenzial. So erhöht sich die Passantenfrequenz in der Innenstadt zwar an Markttagen, allerdings liegt diese im Vergleich anderer Städte unter der Wirkungsfähigkeit eines Wochenmarktes (vgl. Luckau Steigerung um rd. 25 %, Perleberg um rd. 90 %). Vielmehr bewirken einzelne Handels- und Dienstleistungsbetriebe punktuelle Frequenzerhöhungen in der Innenstadt.

Auch die an die Innenstadt angrenzenden Nahversorgungsstandorte in der Südpromenade und der Karl-Marx-Straße wirken sich frequenzsteigernd auf die Innenstadt aus. Hinsichtlich des Koppelungseffektes zwischen diesen Nahversorgungsstandorten und dem Altstadtkern, d.h. der Lenkung der Kunden in die Innenstadt, besteht Steigerungspotenzial. So verbinden 40 % der Kunden des Lidl-Marktes in der Südpromenade ihren Einkauf nie mit einem Besuch der Innenstadt. Am Standort

Karl-Marx-Straße gehen rd. 20 % der befragten Passanten nie und rd. 60 % selten vor bzw. nach ihrem Einkauf in die Innenstadt.

Neben den Einzelhandelsbetrieben sorgen eine Vielzahl an publikumsorientierten Einrichtungen im Bereich Freizeit, Kultur, Bildung und Verwaltung für den Bedeutungserhalt der Gesamtstadt als Funktions- und Versorgungszentrum für die Stadt Luckau selbst, die umliegenden Ortsteile sowie für die angrenzende Gemeinde Heideblick.

Im kurzfristigen Bedarfsbereich übernimmt die Stadt Luckau gemäß ihrer Funktion die Versorgung für die eigene Bevölkerung. Zentralitätswerte von 118 % im kurzfristigen Bedarfsbereich bedeuten eine Versorgungsfunktion auch über die Stadtgrenzen hinaus, hierbei insbesondere für die angrenzende Gemeinde Heideblick. Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich sind insgesamt hohe überregionale Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Die Kaufkraft fließt insbesondere in den Bereichen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz, Bettwaren, Haus- / Bett- und Tischwäsche sowie Neue Medien aus Luckau in die umliegenden Mittelzentren Lübben, Lübbenau/Spreewald und in das Oberzentrum Cottbus ab. In den Warengruppen Pflanzen/ Gartenbedarf, Baumarktsortiment i. e. S. und GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör sowie im langfristigen Bedarfsbereich, hierbei medizinisch und orthopädische Artikel/ Optik und Uhren/ Schmuck können durch einzelne überregional bedeutende Einzelhandelsbetriebe Zentralitätswerte von über 100 % verzeichnet werden, d.h. in diesen Warengruppen fließt Kaufkraft nach Luckau.

Der Vergleich der wesentlichen Kenndaten des Einzelhandels mit den Städten Belzig und Perleberg, beide historische Stadtkerne und Kreisstadt bzw. Mittelzentrum, verdeutlichen die vorrangige Funktion der Nahversorgung für die Stadt und das unmittelbare Umland (Gemeinde Heideblick).

Tabelle 11: Strukturdaten Brandenburger Städte

	Belzig	Luckau	Perleberg
Bevölkerungszahl (Stand 2008)	11.600	10.385	12.475
Anzahl Einzelhandelsbetriebe	93	103	156
Gesamtverkaufsfläche in m ²	29.740	25.300	30.510
Verkaufsfläche pro Einwohner	2,6 m ²	2,4 m ²	2,4 m ²
Verkaufsfläche pro Einwohner Nahrungs- und Genussmittel (NUG)	0,55 m ²	0,58 m ²	0,57 m ²
Kaufkraftkennziffer	90,6	89,7	89,0
Kaufkraft in Mio. €	52,2	46,5	55,3
Umsatz in Mio. €	57,9	46,2	65,7
Zentralität in %	111	99	116
Zentralität im kurzfristigen Bedarfsbereich in %	109	118	123
Zentralität im mittelfristigen Bedarfsbereich in %	119	85	120
Zentralität im langfristigen Bedarfsbereich in %	105	72	107
nur Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB)			
Anzahl Einzelhandelsbetriebe im ZVB	48	58	73
Anteil Einzelhandelsbetriebe in ZVB an der Gesamtstadt in %	52	56	47
Verkaufsfläche in ZVB in m ²	4.060	6.870	6.040
Anteil Verkaufsfläche in ZVB an der Gesamtstadt in %	14	27	20

Quellen: eigene Erhebungen und Berechnungen (2008/2009), Bevölkerungsstand: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2008); Kaufkraft: BBE 2007, 2008; Kaufkraftkennziffer: BBE 2008. Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Rundungen.

4. Einzelhandelsstandort Luckau: Entwicklungstendenzen, Potenziale, Zieldefinition

4.1 Allgemeine Trends im Einzelhandel, in Gastronomie und Dienstleistung

Im Einzelhandel sind sowohl auf der Anbieterseite (Betriebe/ Betreiber) als auch auf der Nachfragerseite (Kunden) verschiedene grundsätzliche Trends mittel- und langfristig bundesweit von Bedeutung:

- Großflächige Betriebsformen nehmen ebenso wie die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betriebseinheit zu.
- Die Verkaufsfläche nimmt trotz der schon hohen Flächenausstattung weiter - wenn auch verlangsamt zu - und sorgt auch zukünftig für die intensive Fortsetzung des Verdrängungswettbewerbes.
- Die anhaltenden Verdrängungstendenzen führen zu der weiteren Abnahme der Anzahl von Fachgeschäften, ihrer Verkaufsfläche und ihrer Anteile an der Gesamtverkaufsfläche. Inhabergeführte Geschäfte sind die Verlierer im Preis-/Werbekampf mit Filialisten mit der Folge von Unternehmensaufgaben, un geregelter Inhabernachfolge, steigenden Leerständen etc.
- Die Flächenproduktivitäten pro m² Verkaufsfläche sind bedingt durch stagnierende Kaufkraft, sinkende Bevölkerungszahlen und die wachsende Verkaufsflächenausstattung rückläufig.
- Die Standortanforderungen vieler Betreiber und Filialisten erschweren die Bedingungen für Ansiedlungen in kleinteiligen, oftmals innerstädtischen Strukturen. Die Standortpräferenzen von Investoren (verkehrsgünstig, preiswert, innerstädtische Randlagen und Brachflächen) stehen oft im Gegensatz zu kommunalen Zielsetzungen. Beispielsweise liegt die durchschnittliche Verkaufsfläche von Lebensmitteldiscountern heute bei rund 800 m² bis 1.000 m², die von Supermärkten bei rund 1.200 m² bis 1.500 m². Die untere Verkaufsflächengrenze für Fachmärkte beträgt mind. 300 m². Bei Neuansiedlungen werden tendenziell größere Flächen angestrebt.
- Der Verdrängungswettbewerb und der Trend zu größeren Flächen vor allem im Lebensmittelbereich können die wohnortnahe und fußläufige Nahversorgung gefährden, wenn neue, größere Standorte an verkehrsgünstigen Standorten entstehen und das Einzugsgebiet der lokalen Nahversorger dadurch schrumpft.
- Trotz des intensiven Wettbewerbs entwickeln Systemanbieter und Filialisten neue Betriebskonzepte mit vergleichsweise geringen Flächenbedarfen sowohl im Einzelhandels- als auch im Gastronomie- und Dienstleistungsbereich. Vor allem in Stadtzentren von Klein- und Mittelstädten werden auch geringere Flächen nachgefragt, z. B. Bio-Supermärkte ab 200 m², Bekleidungsfachmärkte ab ca. 100 m² oder Matratzen-Fachmärkte ab ca. 200 m².

Auf der Nachfrageseite sind folgende Tendenzen ablesbar:

- Die langfristige Abnahme der Einwohnerzahl, die Zunahme des Anteils älterer Personen sowie die tendenzielle Abnahme des Anteils des Einzelhandels an den Haushalts-Gesamtausgaben führen zur Reduzierung bzw. bestenfalls zur Stagnation der einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben.
- Durch die Veränderung der Alters- und Sozialstruktur wird die Bedeutung von wohnortnahe und fußläufiger Versorgung immer deutlicher; gleichzeitig verschieben sich die Bedarfe.
- Die Einstellungen der Konsumenten sind zunehmend schwer kalkulierbar und wechselhaft; dazu zählen sowohl die Discountorientierung (Hauptsache „billig“) als auch das sog.

„Smart Shopping“ (hochwertige Markenartikel zu günstigen Preisen), Convenience (Einkaufen ohne Stress) und die Erlebnisorientierung. Für die Unternehmen und Anbieter wird es immer schwieriger, Angebote Zielgruppen gerecht anzubieten, Kunden aktiv anzusprechen und das Marketing entsprechend auszurichten.

- Die Anteile des E-Commerce, Internet-, Versand- und Kataloghandels sind vor allem in ländlichen Räumen und an unattraktiven Standorten in den letzten Jahren stark gestiegen und werden tendenziell weiter zunehmen.

Die dargestellten Trends treffen in besonderem Maße auch auf die Stadt Luckau zu. Durch die bereits ausgeprägte überörtliche Konkurrenzsituation, die Lagequalität und die Verkehrsanbindung sowie insbesondere den absehbaren weiteren Bevölkerungsrückgang ist davon auszugehen, dass die dargestellten Erscheinungsformen, vor allem der Verdrängungswettbewerb und der Wettbewerbsdruck, sich in Luckau noch sehr viel deutlicher als an anderen Standorten bemerkbar machen.

4.2 Übergeordnete Entwicklungsziele für den Einzelhandelsstandort Luckau

Die Rahmenbedingungen für die Weiterentwicklung und Profilierung des Einzelhandelsstandortes Luckau sind schwierig. Angesichts der bereits vorhandenen guten Ausstattung im Einzelhandel (s.o., Kap. 3.2), dem tendenziell durch die Bevölkerungsentwicklung zu erwartenden Nachfragerückgang sowie der Lage und Konkurrenzsituation unterliegen zusätzliche Verkaufsflächen in Luckau einem außerordentlich hohen Wettbewerbsdruck und lassen Umsatzumverteilungen erwarten. Dies trifft auf nahversorgungsrelevante Sortimente ebenso zu wie auf zentrenrelevante Sortimente.

Quantitative und absatzwirtschaftlich begründete Entwicklungsspielräume können für die Stadt Luckau insofern nicht begründet abgeleitet werden. Zudem ist die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsvorhaben (über 800 m²) in Luckau nicht (mehr) möglich, da die Stadt im aktuellen LEP B-B keine zentralörtliche Funktion mehr hat. Gleichwohl ist die Attraktivitätssteigerung insbesondere der Innenstadt durch gezielte(n) Angebotsarrondierung verbunden mit der Angebotsausweitung vor dem Ziel, den innerstädtischen Einzelhandel zu erhalten und zu qualifizieren, erforderlich und anzustreben. Dahinter steht die Zielstellung, die derzeitige Versorgungsfunktion für die Stadt, die Ortsteile und die angrenzenden Gemeinde Heideblick dauerhaft zu sichern, und darüber hinaus die Innenstadt für Kunden und Besucher auch aus weiter entfernten Standorten attraktiv zu platzieren.

Vor diesem Hintergrund werden für die Entwicklung des Einzelhandels in Luckau folgende Ziele formuliert:

- **Stärkung der Innenstadt**
Die Schwerpunkte liegen in der qualitativen Weiterentwicklung und behutsamen Erweiterung der Einzelhandelsangebote in der Innenstadt, der Stabilisierung der Hauptlage und der Konzentration des Geschäftsbereiches, der Entwicklung der Nebenlage zwischen Markt, Roter Turm, Mönchhof sowie die Verhinderung von Ansiedlungen außerhalb der Innenstadt.
- **Flächendeckende Nahversorgung**
Hier geht es um die Stärkung vorhandener und etablierter Standorte in integrierten Lagen sowie um die Verhinderung von nicht-integrierten Standorten.
- **Ergänzende Sonderstandorte**
Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel soll auf einem ergänzenden Sonderstandort (ehem. Molkereigelände) ermöglicht werden, wobei schädliche Auswirkungen auf die Innenstadt

und die Nahversorgung durch Flächenbegrenzung und Sortimentszuweisung vermieden werden sollen.

Mit und zwischen diesen unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein präzise abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, so dass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines anderen Ziels gefährdet. Im Weiteren geht das Zentren- und Standortkonzept auf die übergeordneten Ziele näher ein und konkretisiert sie. Ferner sind für die ausgewogene Zielumsetzung eine genaue Definition der zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimente sowie die Erarbeitung von Ansiedlungsleitsätzen erforderlich.

5. Zentren- und Standortkonzept

5.1 Zentraler Versorgungsbereich: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien

Vorbemerkung

Der Begriff der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich neu verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die letzte Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB), und das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung vereinfachter Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Kurzübersicht über die Festlegungskriterien

Der Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg vom 2009 (LEP B-B) regelt die Ansiedlung des großflächigen Einzelhandels zum Schutz der Versorgungsstruktur in den zentralen Orten (Metropole Berlin, Oberzentren, Mittelzentren und Mittelzentren in Funktionsteilung). Abweichend davon sind großflächige Einzelhandelsbetriebe auch außerhalb zentraler Orte zulässig, wenn das Vorhaben ganz überwiegend der Nahversorgung dient und der Standort in einem städtischen Kernbereich oder in einem wohngebietsbezogenen Versorgungsbereich liegt (vgl. 4.7 (6)). 4.8 (2) LEP B-B empfiehlt den Kommunen eine räumliche und funktionale Festlegung von städtischen Kernbereichen als zentrale Versorgungsbereiche und legt Kriterien zur Abgrenzung fest. Städtische Kernbereiche zeichnen sich durch ihre gewachsene zentrale Lage im Siedlungsbereich zentraler Orte aus und konzentrieren wesentliche zentrenbildende Funktionen in enger räumlicher Nähe. Dabei geht die Funktion eines städtischen Kernbereichs über die Funktion der Nahversorgung hinaus und ist geprägt von einer guten Verkehrsanbindung sowie dem Angebot weiterer privater und öffentlicher Dienstleistungen.

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich in der Regel ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadtzentrum, aus Nebenzentren sowie Grund- bzw. Nahversorgungszentren. Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortsystem.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu den zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandels- und Zentrenkonzepten),
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.

In der städtebaulich-funktionalen Analyse dieses Konzepts werden folgende Aspekte berücksichtigt:

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte, Funktion und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes,
- Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Zentren- und Versorgungsfunktionen wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur,
- städtebauliche Dichte sowie stadtgeschichtliche Aspekte,
- Lage innerhalb des Siedlungsgebietes, die verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, die verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen für das Zentrum, wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen,
- sowie die Gestaltung und Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raumes.

Stärken und Schwächen der Einkaufsstandorte werden im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts ergänzend abgebildet bzw. bewertet. Zur Darstellung der Gesamtattraktivität werden Leerstände von Ladenlokalen ebenfalls erfasst und ergänzen die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.

Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche kann zudem potenzielle und städtebaulich-funktional vertretbare Erweiterungsbereiche berücksichtigen. Eine sinnvolle und notwendige Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen stehen und deren Entwicklungsoptionen nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs als Ganzem beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden.

Die größeren zentralen Versorgungsbereiche sollten in innere Lagekategorien unterteilt werden, um die Zielgenauigkeit der Empfehlungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts zu erhöhen. Dabei kommt dem Schutz der zentralen Versorgungsbereiche landesplanerisch, planungsrechtlich und aufgrund der Stadtentwicklungsziele eine hohe Bedeutung zu. Der räumlich abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum der Stadt Luckau bildet daher die notwendige Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzungsempfehlungen.

5.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Allgemeine Entwicklungsempfehlungen

Das Innenstadtzentrum zeichnet sich durch seine zentrale Lage als historischer Stadtkern aus und ist der zentrale Versorgungsbereich mit einer Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet von Luckau. Zudem übernimmt Luckau, und hier vor allem das Innenstadtzentrum, eine Mitversorgungsfunktion für die angrenzende Gemeinde Heideblick. Als städtebauliches Zentrum soll es (wie bisher) auch künftig Angebotsschwerpunkte für kurzfristig nachgefragte Bedarfsgüter verschiedener Qualität bereithalten, ergänzt auch um mittelfristig sowie langfristig nachgefragte Bedarfsgüter im Rahmen einer ‚erweiterten Grundversorgung‘.

Als Leitfunktion sichert der Einzelhandel den übrigen Zentrenfunktionen ein hohes Besucheraufkommen. Er trägt erheblich zu einer vitalen kulturellen, dienstleistungsbezogenen sowie gastronomischen Nutzungsvielfalt der Stadt bei. Das Innenstadtzentrum fördert so die gesamtökonomische, soziale und kulturelle Entwicklung der Stadt.

Die Innenstadt von Luckau weist sowohl im Einzelhandels- als auch im Dienstleistungs- und Gastronomiebereich ein quantitatives und qualitatives Verbesserungspotenzial auf. Die Innenstadt ist

zwar stark gemessen an der Betriebszahl, das Gewicht nach Verkaufsflächen liegt aber deutlich auf den Standorten in sonstigen integrierten Lagen. Es sind zwar punktuelle Frequenzbringer z. B. die Sparkasse, Schlecker und Bäcker Bubner (insbesondere in der östlichen Innenstadt) vorhanden, es fehlen jedoch Magneten mit einer größeren Ausstrahlungsfunktion. Die kleinteilige Ladenflächenstruktur (74 % der Betriebe sind unter 100 m²) wirkt sich in diesem Kontext hemmend auf die Weiterentwicklung des Innenstadtzentrums aus.

Aufgrund der negativ zu erwartenden Bevölkerungsentwicklung sind auch im Innenstadtzentrum von Luckau Abwertungstendenzen bzw. Trading-down-Effekte und eine Verstärkung der schon vorhandenen Leerstandsproblematik zu erwarten, wenn nicht aktiv gegengesteuert wird.

Die Einzelhandelszentralität lässt sich für Luckau in ausgewählten Warengruppen durch gezielte Angebotsarrondierung und einen Ausbau des Angebotes im Innenstadtzentrum steigern. Im kurzfristigen Bedarfsbereich ergibt sich kein ergänzender quantitativer Spielraum. In den Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs ergibt sich ein Erweiterungs-/ Arrondierungsspielraum in einigen Warengruppen, wie z. B. Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren, der zu einer Attraktivitätssteigerung des Innenstadtzentrums genutzt werden kann. Unterstützend kann eine enge Verzahnung und Abstimmung mit der festgestellten Immobilienstruktur sowie eine offensive Vermarktung des Standortes wirken.

Die Zielperspektive der Luckauer Innenstadt ist angesichts dieser Ausgangslage wie folgt zu definieren: Die räumliche Ausstrahlung der Innenstadt umfasst in erster Linie die Stadt Luckau selbst. Die Zielgruppen sind vor allem Luckauer Einwohner, aufgrund der Mitversorgungsfunktion werden zusätzlich die Einwohner der angrenzenden Gemeinde Heideblick angesprochen. Das Ziel für die Innenstadt kann nur darin liegen, ein Versorgungsangebot mit Gütern, Angeboten und Dienstleistungen des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, das sich in der Qualität, Darstellung und begleitendem Service von den Angeboten an anderen Standorten unterscheidet, vorzuhalten. Die Innenstadt ist daher sowohl als Einzelhandelsstandort, als auch als Standort für Dienstleistungen/ Kultur/ zentrenergänzende Funktionen (z. B. Verwaltung) von großer Bedeutung. Bei Standort- und Investitionsentscheidungen müssen grundsätzlich der Erhalt, die Konzentration und die Bündelung zentraler Funktionen im historischen Stadtkern als stadtweite Maxime verfolgt werden.

Zur Gewährleistung der Leitfunktion Einzelhandel muss die beschriebene und bewertete Einzelhandelsbestandsstruktur erhalten und fortentwickelt werden. Im Einzelnen werden folgende Erhaltungs- und Entwicklungsziele für das Innenstadtzentrum formuliert:

1. Sicherung der vorhandenen Branchen- und Betriebsvielfalt auch der kleineren Einzelhandelsbetriebe durch Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb des Innenstadtzentrums resultieren könnten;
2. Schließung von Angebotslücken durch Nutzungskoppelungen und Ladenkooperationen zur Verbesserung der Rentabilität und Angebotsvielfalt;
3. Qualifizierung des gastronomischen Angebotes insbesondere im Bereich des Marktes mit seinen Aufenthaltsbereichen im Rahmen einer attraktiven Platzsituation mit Außengastronomie zur Belebung der Innenstadt und Erhöhung der Verweildauer;
4. Bereitstellung vermarktungsfähiger Flächenangebote für Investoren durch Vorbereitung der Leerstände und temporärer Leerstandsnutzungen;
5. Vereinheitlichung der Öffnungszeiten und Bündelung der Innenstadttakteure für eine Wahrnehmung der gesamten Innenstadt als einheitlicher Einkaufsstandort;
6. Qualifizierung des Wochenmarktes durch z. B. einheitliche Standgestaltung und regionale Anbieter zur Frequenzsteigerung auch für den stationären Einzelhandel;

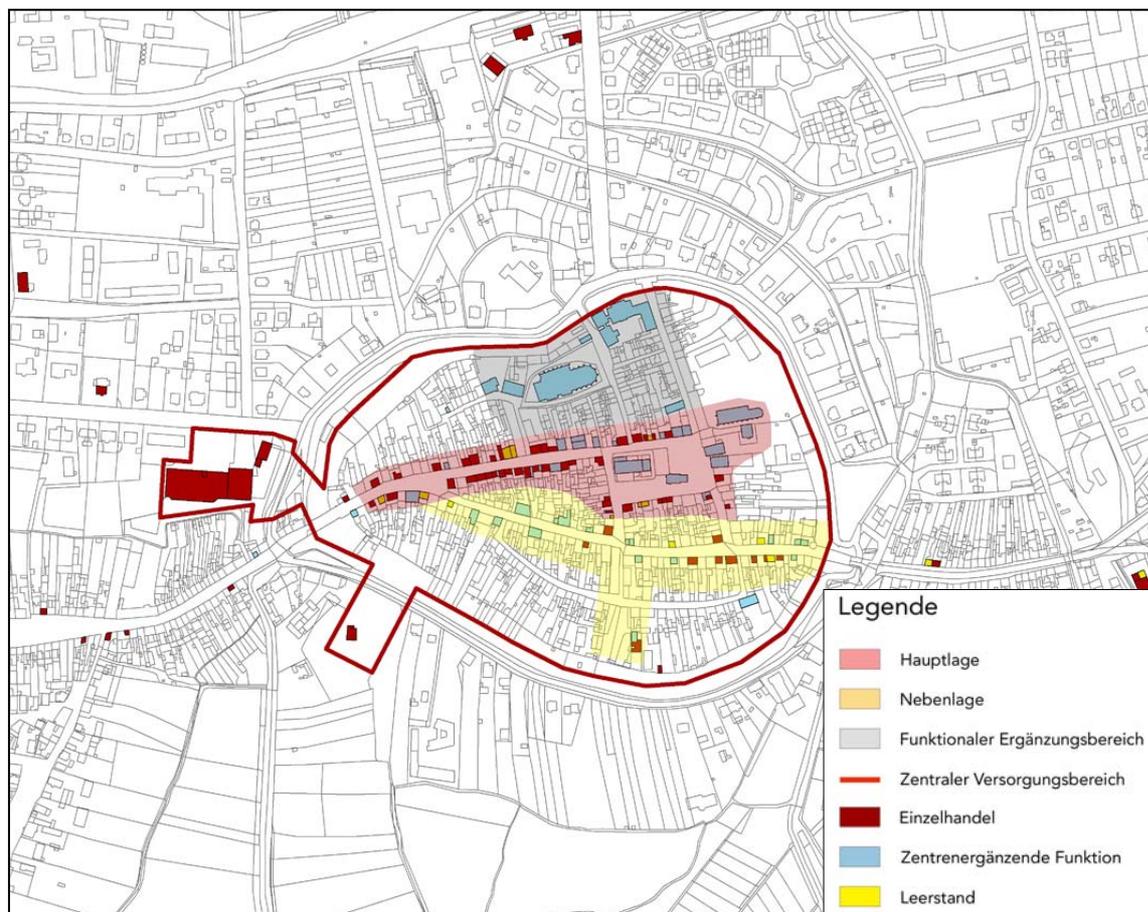
7. Aufwertung und denkmalgerechte Neugestaltung und Neuordnung des öffentlichen Raumes, insbesondere der Hauptstraße;
8. Steuerung bzw. Verhinderung von Neuansiedlungen außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches

Konkrete Maßnahmen für die Innenstadt werden in Kapitel 7 detailliert beschrieben. Für alle Empfehlungen ist entsprechend der übergeordneten Entwicklungsziele für Luckau zu berücksichtigen, dass Maßnahmen nicht zu negativen Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche in umliegenden Kommunen und/ oder die flächendeckende Nahversorgung führen. Dieses ist ggf. durch Einzelgutachten nachzuweisen. Die Ansiedlungsleitsätze für Luckau berücksichtigen diese zugrunde liegende ausgewogene Zielstellung.

Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des Innenstadtzentrums als zentraler Versorgungsbereich erforderlich. Diese wird wie in der folgenden Abbildung dargestellt empfohlen.

Abbildung 14: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel, complan GmbH 04/2009; Kartengrundlage Stadt Luckau

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum umfasst die Hauptlage des Einzelhandels, eine Nebenlage und einen funktionalen Ergänzungsbereich. Die Festlegungsempfehlung berücksichtigt diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere also die Hauptstraße, Am Markt und die Marktstraße mit ihren relevanten Kundenläufen und mit ihren

frequenzerzeugenden Einzelhandelsbetrieben sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen (z. B. die Stadtverwaltung, Banken und das Niederlausitz Museum).

Eine Begrenzung erfährt der zentrale Versorgungsbereich einerseits entweder durch städtebauliche Barrieren, durch Bereiche ohne eine hohe Nutzungsvielfalt, oder durch Bereiche, die einen eindeutigen funktionalen und fußläufig angemessen erreichbaren Zusammenhang zum Kern des Innenstadtzentrums vermissen lassen. Daraus ergeben sich folgende begründete Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereichs:

- Der ZVB Innenstadt umfasst den historischen Stadtkern Luckaus und wird durch die Nordpromenade und Südpromenade begrenzt. Eingeschlossen in den zentralen Versorgungsbereich sind die frequenzstiftenden Lebensmittelanbieter an der Südpromenade und im Westen an der Karl-Marx-Straße.
- Die Hauptlage des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt verläuft entlang der Hauptstraße und geht im östlichen Bereich in die Platzsituation Am Markt über. Sie endet im Osten mit dem Baubesatz entlang der Marktstraße und geht im Westen in die Lindenstraße über. Entlang der Lindenstraße in westlicher Richtung erfasst die Hauptlage den Bestand bis zu den zentralen Versorgungsbereich umschließenden Grünflächen der Promenaden mit Ausnahme der letzten Gebäude. Die Ausweisung als Hauptlage begründet sich in der hohen Nutzungsvielfalt, die durch einen fast durchgängigen Besatz mit Einzelhandelsbetrieben und Betrieben mit zentrenergänzenden Funktionen geprägt ist. Insgesamt weist die Hauptlage einen hohen Sanierungsgrad auf.
- Im südöstlichen Bereich schließt an die Hauptlage die Nebenlage an. Diese umfasst die Lange Straße in westlicher Richtung bis zur Lindenstraße und in östlicher Richtung bis zum Kreuzungsbereich Nordpromenade/ Südpromenade und ist durch eine verstärkte Leerstandproblematik geprägt. Insbesondere im westlichen Abschnitt ist die Nebenlage überwiegend durch zentrenergänzende Funktionen geprägt und bildet somit in direkter Nähe eine Ergänzung zur Hauptlage. Jedoch weist dieser Abschnitt der Nebenlage nur eine geringe Passantenfrequenz auf. Lediglich im östlichen Bereich der Nebenlage befindet sich Einzelhandelsbesatz, welcher von der direkten Anbindung an die Marktstraße und somit an die Hauptlage und der Nähe zum Busbahnhof profitiert.
- Anschließend an die Hauptlage in nördlicher Richtung befindet sich ein funktionaler Ergänzungsbereich, welcher ausschließlich durch Dienstleistungen und zentrenergänzende Funktionen geprägt ist. Die Ergänzungslage erstreckt sich südlich der Nordpromenade entlang der Rathausstraße, der Karl-Liebknecht-Straße, über den Kirchplatz und die angrenzende Kirchstraße sowie entlang des östlichen Bereichs der Schulstraße. Der Einzelhandel ist hier nicht als Leitfunktion zu sehen, vielmehr stehen hier zentren- und einzelhandelsergänzende Funktionen, wie Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur- und Bildungsangebote im Vordergrund.
- In westlicher Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches bildet der Einzelhandelsbesatz an der Karl-Marx-Straße (Penny, Edeka Neukauf, Schlecker) einen gewichtigen ergänzenden Einzelhandelsschwerpunkt in unmittelbarer Nähe des historischen Stadtkerns und wird aufgrund seiner bedeutenden Frequenzerzeugung für das Innenstadtzentrum in den zentralen Versorgungsbereich aufgenommen. Gleiches gilt für das großflächige Lebensmittelangebot an der Südpromenade.
- In den übrigen Flächen innerhalb des historischen Stadtkerns sind die Wohnfunktion und der Erhalt der historischen Bausubstanz bedeutend. Aufgrund ihrer wichtigen Ergänzungsfunktion und ihrer Lage diese Bereiche eindeutig dem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen.

5.3 Analyse und Bewertung weiterer Standorte

Übergeordnete Zielstellungen zum ergänzenden Sonderstandort

Neben dem zentralen Versorgungsbereich besteht in Luckau aktuell keine weitere Einzelhandelsagglomeration mit einem deutlichen Standortgewicht. Am Standortbereich Molkereigelände ist mit dem vorhandenen Baumarkt (BHG-Handelszentrum) eine Vorprägung im (großflächigen) nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich vorhanden. Hier werden Entwicklungsempfehlungen für den Standortbereich Molkereigelände formuliert.

Im Sinne der gesamtstädtischen Standortbalance sind mehrere Zielstellungen mit der Entwicklung eines Sonderstandorts verbunden. Sonderstandorte sind in der Zielstellung grundsätzlich als Ansiedlungsbereiche für Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten zu verstehen, die einen größeren Flächenverbrauch aufweisen und die in der Innenstadt daher räumlich schlecht anzusiedeln wären und die Sortimente führen, die die Zentren in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen.

Die Entwicklungsmöglichkeiten von Sonderstandorten sind vor dem Hintergrund möglicher schädlicher Auswirkungen auf die Innenstadt und die flächendeckende und wohnortnahe Nahversorgungsstruktur zu bemessen.

Eine gesamtstädtische Konzentration auf wenige oder einen dafür leistungsfähigen Sonderstandort ist sinnvoll, weil eine solche Standortbündelung aus Kundensicht attraktivere und damit auch für das überörtliche Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet interessantere Standorte schafft.

Der Entwicklungsrahmen des Sonderstandorts ergibt sich aus einer Vielzahl von relevanten Faktoren unter anderem der städtebaurechtlichen und landesrechtlichen Rechtsgrundlagen zur Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben. Diesbezüglich ist laut LEP B-B in der Stadt Luckau die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsansiedlungen (> 800 m²) ausgeschlossen.

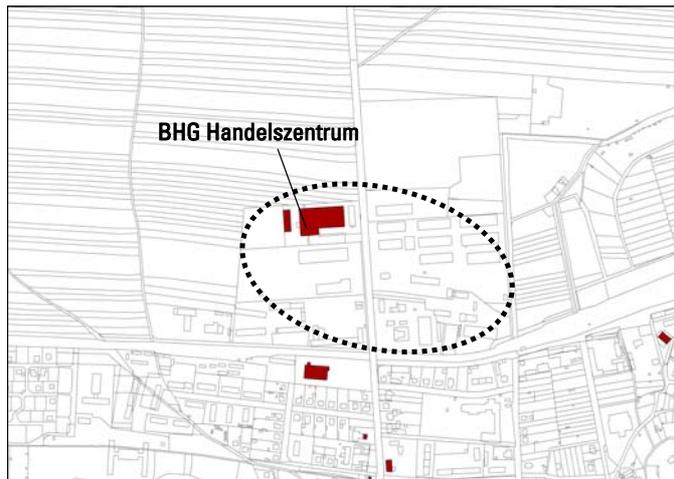
Für Luckau wird aufgrund der vorgenannten Aspekte empfohlen, den Sonderstandort Molkereigelände entsprechend auszuweisen.

Der Sonderstandort soll im Rahmen der Ansiedlungsleitsätze ausschließlich zur Erweiterung oder Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten genutzt werden. Obwohl nicht zentrenrelevanter Einzelhandel prinzipiell im gesamten Stadtgebiete zugelassen werden könnte, wird empfohlen, dass solche Betriebe gebündelt am Sonderstandort Molkereigelände angesiedelt werden.

Empfehlungen zur funktionalen Weiterentwicklung

Der Sonderstandort Molkereigelände liegt autoorientiert an der Berliner Straße/ Am Bahnhof. Somit ist er hinsichtlich seiner Verkehrsanbindung für den Pkw-Verkehr gut ausgestattet. Der Standort ist heute bereits durch Angebote aus dem nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereichen geprägt. Diese Standorteigenschaften sollten als positive Entwicklungsvoraussetzungen für die Weiterentwicklung genutzt werden.

Abbildung 15: Sonderstandort Molkereigelände



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage
©2009 Terra-Metrics, Kartendaten ©2009
PPWK Teleatlas

Damit die Funktionsfähigkeit und die Entwicklungsfähigkeit des Innenstadtzentrums und der flächendeckenden Nahversorgung gewährleistet werden kann, sollten am Sonderstandort Molkereigelände keine Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden. Somit verbleibt für den Sonderstandort folgende wesentliche und zugleich nicht unbedeutende Standortfunktionen: Er soll dauerhaft Standort sein für den Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment.

5.4 Analyse und Bewertung der Nahversorgungsstruktur

Vorbemerkung

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für den täglichen Versorgungskauf der Bürger wird die Nahversorgungsstruktur in Luckau detailliert betrachtet. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung insbesondere flächendeckend in den Wohngebieten gewährleistet wird. Die Nahversorgungsangebote unterliegen bundesweit einem rasanten Strukturwandel, der verbunden ist mit Standortaufgaben bzw. -verlagerungen, Betriebserweiterungen und Veränderungen der Betriebstypen. Als Folge des Strukturwandels wächst zwar in der Regel die Verkaufsflächensumme insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln, durch die Konzentrationsprozesse auf wenige Standorte reduziert sich allerdings gleichzeitig die flächendeckende Angebotsdichte. Neue strukturell unterversorgte Wohngebiete sind nicht selten eine stadtentwicklungspolitisch ungewünschte Auswirkung – und dies nicht nur in ländlich strukturierten Räumen, sondern auch in Ballungsräumen und Großstädten.

In diesem Kapitel wird insbesondere die Frage geklärt, welche Siedlungsbereiche aktuell bereits nicht ausreichend mit Nahversorgungsangeboten versorgt werden bzw. in welchen Bereichen diese kurz- bis mittelfristig wegbrechen könnten. Anschließend werden die konzeptionellen Empfehlungen zur Sicherung und Fortentwicklung der Nahversorgungsstruktur für Luckau zusammengefasst.

Gesamtstädtische Angebotsdaten zur Nahversorgung

Luckau verfügt gesamtstädtisch über eine gute quantitative Ausstattung im Bereich Nahversorgung. So liegt z. B. die durchschnittliche Verkaufsfläche je Einwohner mit 0,58 m² Verkaufsfläche deutlich über dem Bundesdurchschnitt von rd. 0,35 m². Unter Einbezug der Einwohner Heideblicks liegt die durchschnittliche Verkaufsfläche je Einwohner bei 0,41 m². Die Verkaufsflächenanteile haben ihren Schwerpunkt mit rd. 53 % im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum. Rd. 46 % der Verkaufsfläche für Lebensmittel liegen in sonstig integrierten Lagen und lediglich etwa 1 % in städtebaulich nicht integrierten Lagen.

Die lokale Einkaufsorientierung weist darauf hin, dass nur wenig Kaufkraft für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in umliegende Kommunen abfließt und die Zentralität hier kaum noch steigerbar ist. Andersherum formuliert: das Warenangebot ist quantitativ derart gut, dass die Luckauer Bürger sich für den täglichen Versorgungseinkauf nicht im Umland versorgen müssen. Die Zentralitätskennziffer von 120 % im Bereich Nahrungs- und Genussmittel verdeutlicht zudem, dass Luckau über das Stadtgebiet hinaus auch eine weitere Versorgungsfunktion für das Umland einnimmt. Schließt man die Einwohner Heideblicks in die Zentralitätsermittlung mit ein, liegt diese noch bei hohen rd. 86 %.

Tabelle 12: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Luckau gesamt

Verkaufsflächenausstattung	<ul style="list-style-type: none"> • 0,58 m² VKF je EW (o. Heideblick) • 0,41 m² VKF je EW (m. Heideblick)
Verkaufsflächenanteil	<ul style="list-style-type: none"> • in zentralen Versorgungsbereichen: rd. 53 % • in sonstigen integrierten Lagen: rd. 46 % • in nicht integrierten Lagen: rd. 1 %
Betriebstypenmix	<ul style="list-style-type: none"> • 4x Lebensmitteldiscounter • 1x Supermarkt • 4x Getränkemarkt • ergänzt um weitere Lebensmittel-Fachgeschäfte
Kaufkraftbindung	<ul style="list-style-type: none"> • rd. 90 %
Ø-Flächenproduktivität	<ul style="list-style-type: none"> • rd. 3.800 € je m² VKF
Zentralität	<ul style="list-style-type: none"> • 120 % (o. Heideblick) • 86 % (m. Heideblick)

Quelle: Einzelhandelsbestanderhebung Stadt + Handel, complan GmbH 04/2009; Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke; eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2007, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007, BBE 2008.

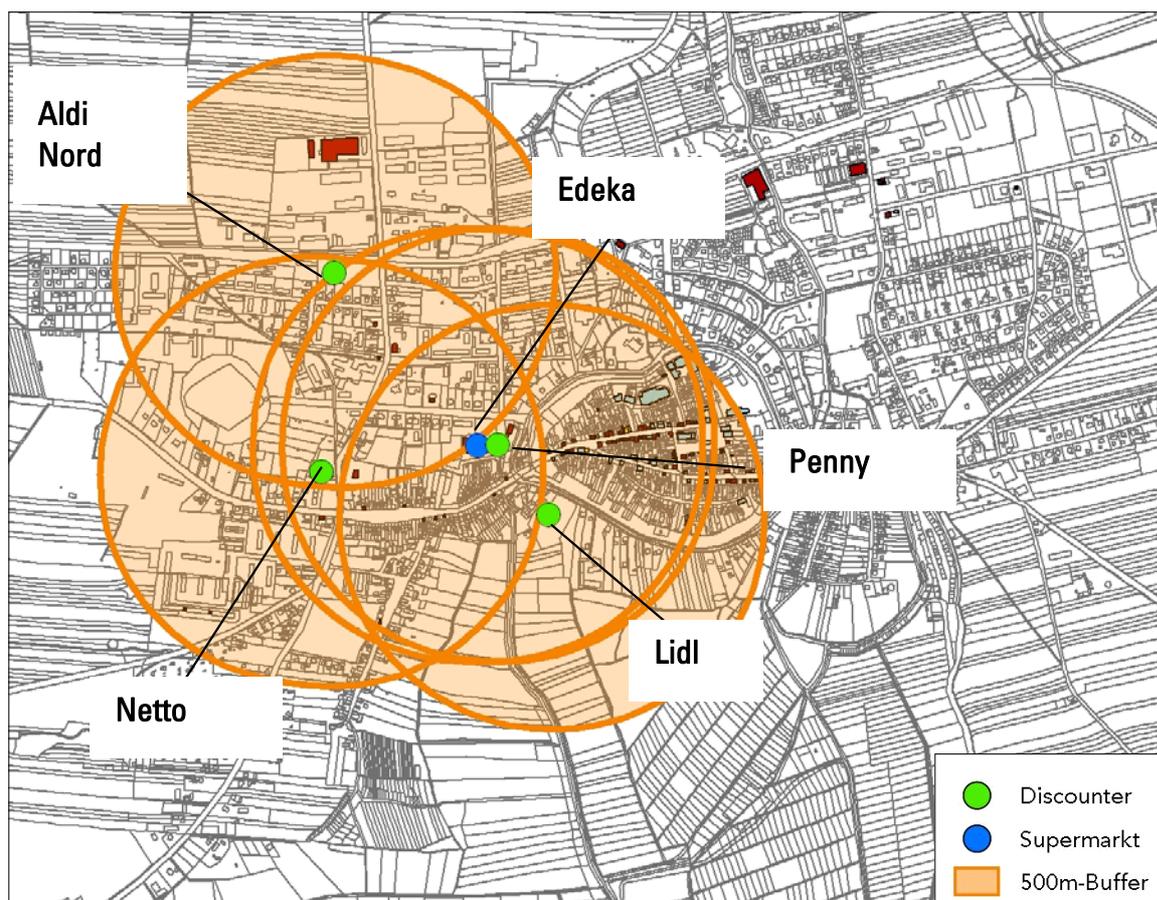
Ergänzend zur Darstellung der quantitativen Ausstattungsdaten wird nachfolgend noch ein genauerer Blick auf die räumliche Versorgungsqualität geworfen, um Versorgungslücken im Nahbereich zu identifizieren.

Versorgungskriterien für die Nahversorgung

In die Analyse der Nahversorgungsangebote werden alle Lebensmittelmärkte mit über 400 m² Verkaufsfläche eingestellt, da ab dieser Angebotsgröße ein ausreichendes Vollsortiment insbesondere der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel handelsseitig bereitgestellt werden kann. Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht das derzeitige Grundgerüst der Lebensmittel-Nahversorgung für das Stadtgebiet von Luckau.

Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, sind die Nahbereiche der relevanten Lebensmittelmärkte mit einem Radius von 500 m Luftlinie um die Angebotsstandorte herum gekennzeichnet. Sofern Siedlungsbereiche in einem solchen Nahbereich liegen, kann dort von einer ausreichenden Nahversorgung ausgegangen werden. In Gebieten außerhalb dieser Nahbereiche ist die Nahversorgungssituation hinsichtlich der räumlichen Erreichbarkeit bereits als nicht mehr optimal zu werten.

Abbildung 16: Nahversorgungsstruktur Luckau



Quelle: Einzelhandelserhebung Stadt + Handel, complan GmbH, 04/2009, eigene Darstellung, Kartengrundlage Stadt Luckau

Es wird deutlich, dass in Luckau im Bereich der Nahversorgung aktuell noch eine räumliche Versorgungslücke im östlichen Siedlungsgebiet besteht. Dort ist ein größerer Bereich, der nicht innerhalb eines 500 m-Radius erreicht werden kann.

Neben der quantitativen ist auch die qualitative Ausstattung z. B. in Form des Betriebstypenmixes relevant. Dieser ist im Betrachtungsraum unausgewogen, da es lediglich einen ‚klassischen‘ Supermarkt gibt. Die Ausstattung mit Lebensmittelanbietern ist äußerst discountorientiert (4 x Lebensmitteldiscounter). Die Verkaufsflächengröße der Anbieter ist überwiegend zeitgemäß (rd. 800 m²).

Aus stadtplanerischer Sicht liegen die vorhandenen Lebensmittelbetriebe am „richtigen“ Standort im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum oder in städtebaulich integrierten zusammenhängenden Wohnsiedlungsbereichen.

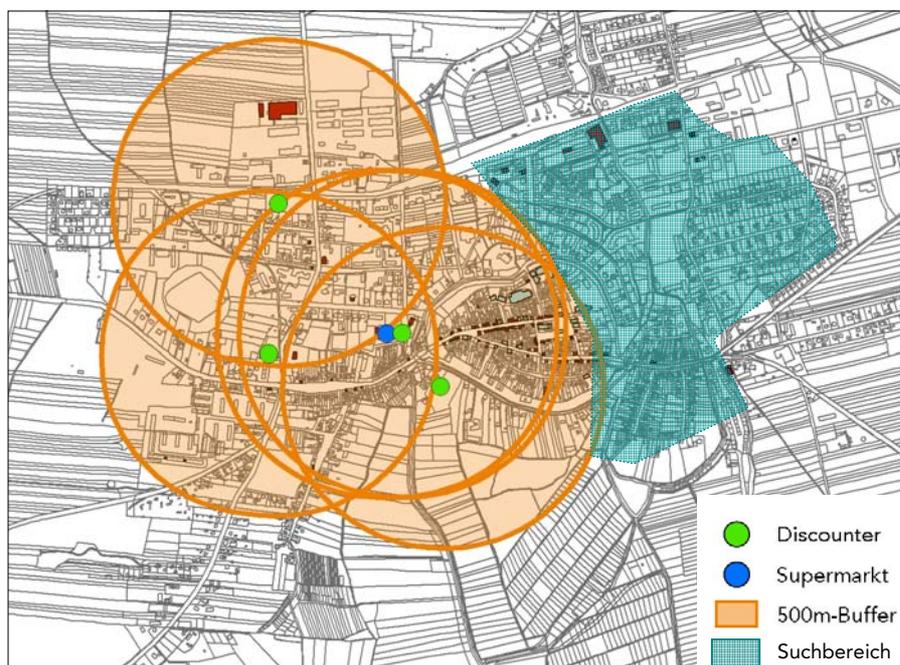
Gesamtstädtisch ist somit quantitativ eine gute Versorgung der Luckauer Bevölkerung festzustellen, jedoch können im qualitativen Bereich Maßnahmen zur Verbesserung der Nahversorgungssituation als sinnvoll erachtet werden. Auch räumlich ist durch das Schließen der östlichen Versorgungslücke eine weitere Optimierung der Nahversorgungsstruktur möglich.

Empfehlungen zur Sicherung und Fortentwicklung der Nahversorgung

Die quantitative gute gesamtstädtische Ausstattung mit Lebensmittel-Verkausflächen gilt es zu sichern und zu stabilisieren, insbesondere wenn die zu sichernden Lebensmittelmärkte zugleich wichtige Frequenzbringer und Magnetbetriebe im Innenstadtzentrum darstellen.

Im östlichen Teilbereich des Stadtgebietes sind trotz der guten gesamtstädtischen Ausstattung Ergänzungsmaßnahmen sinnvoll (vgl. nachstehende Abbildung).

Abbildung 17: Nahversorgungsstruktur Luckau



Quelle: Einzelhandels-
erhebung Stadt + Handel, complan GmbH,
04/2009, eigene Dar-
stellung, Kartengrund-
lage Stadt Luckau

Handlungsprioritäten

Da nach Berechnung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für Nahrungs- und Genussmittel kein weiteres Ansiedlungspotenzial vorhanden ist, und da mit zunehmenden Verkaufsflächen die gesamtstädtischen oder kleinräumigen Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen können, die wiederum mit Betriebsschließungen und Trading-down-Effekten einhergehen können, sollten die künftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Luckau aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

1. Fokus der Nahversorgung auf die Innenstadt, d.h. Optimierung der Standortrahmenbedingungen für bestehende Lebensmittelanbieter, gezielte Angebotsergänzung des Lebensmittelhandwerkes oder Spezialangebote.
2. Entwicklung der Nahversorgung in siedlungsstrukturell integrierten Lagen zur Weiterentwicklung und Verbesserung der wohnortnahen Versorgung
 - **Priorität 1:** Sicherung der bestehenden Standorte in integrierten/ zentralen Lagen durch Optimierung der Standortrahmenbedingungen (z. B. Parkraum, Andienung, marktgängige Verkaufsflächenausstattungen)
 - **Priorität 2:** Künftige Betriebsansiedelungen zur Behebung des Versorgungsdefizites im östlichen Stadtgebiet (Suchbereich, vgl. vorstehende Abbildung)
3. Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung: Bei Neuansiedlungen nach Möglichkeit Ergänzung eines Supermarktes im Betriebstypenmix, Verbesserung des Service (z. B. Lieferservice).
4. Konsequenter Ausschluss von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel an anderen Standorten.

Grundsätzlich sollten Neuansiedlungen/ Verlagerungen zur Versorgung des Gebietes und ohne negative Auswirkungen auf die bestehende Nahversorgungsstruktur und das Innenstadtzentrum stattfinden.

Für die Ortsteile Luckaus besteht eine Mitversorgungsfunktion durch die Kernstadt. Aufgrund der geringen Einwohnerzahlen in den Dorflagen ist ein marktgängiges Versorgungsangebot dort wirtschaftlich kaum tragfähig. Ergänzend sollten in diesen Bereichen alternative Vertriebskonzepte (z. B. Liefer- und Bestellservice, Hofläden) und mobile Versorgungsangebote (z. B. Verkaufswagen) etabliert werden.

Für diese Empfehlungen gelten zugleich die Ansiedlungsleitsätze (vgl. Kap. 6.2); diese beinhalten ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl des Innenstadtzentrums als auch der wohnortnahen Versorgung in der Fläche.

5.5 Fazit: Zentren- und Standortstruktur

In Luckau wird mit dem Innenstadtzentrum ein zentraler Versorgungsbereich für die Zukunft empfohlen. Neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum werden keine weiteren Einzelhandelsstandorte als zentrale Versorgungsbereiche definiert. Von dieser Bewertung unberührt bleibt die Tatsache, dass es weitere Einzelhandelsstandorte in Luckau gibt, die andere Funktionen als diejenigen des Innenstadtzentrums übernehmen können und sollten, etwa Versorgungsfunktionen für den unmittelbaren Nahbereich oder die Funktion als Sonderstandort für Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment.

Die Sicherung und Stärkung des Innenstadtzentrums steht gemäß der übergeordneten Entwicklungsziele im Fokus der Einzelhandelsentwicklung in Luckau. In Kapitel 7 werden Maßnahmen und Umsetzungsempfehlungen für die Innenstadt/ den historischen Stadtkern erläutert. Für die (räumliche) Steuerung des Einzelhandels werden im Folgenden nun die Luckauer Sortimentsliste (Kapitel 6.1), die Ansiedlungsleitsätze für zukünftige Einzelhandelsansiedlungen (Kapitel 6.2) sowie Empfehlungen zur bauleitplanerischen Umsetzung der Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung (Kapitel 6.3) vorgestellt.

6. Sortimentliste und Ansiedlungsleitsätze

6.1 Sortimentliste – Luckauer Liste

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Luckau als zentrenrelevant zu bewertenden Sortimente (Sortimentsliste) erforderlich. Erst mit Vorlage der „Luckauer Liste“ kann die Bauleitplanung oder kann im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Ansiedlungsleitsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts über zulässige, begrenzt zulässige oder nicht zulässige Vorhaben entschieden werden.

Bei der Herleitung der Sortimentliste ist die Einzelhandelsbestandsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen im Zusammenhang mit der Zielperspektive zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Daher können auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen.⁹ Bei der Herleitung der Sortimentliste ist zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich alleine genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Nahversorgungsrelevanz zusätzlich aus der Koppelung mit anderen Sortimenten begründet. Als rechtliche Vorgabe ist der Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) heranzuziehen. Der LEP B-B unterscheidet zwischen „zentrenrelevanten“ und „nicht zentrenrelevanten“ Sortimentsgruppen, wobei die zentrenrelevanten Sortimente in „zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung“ und in „übrige zentrenrelevante Sortimente“ differenziert werden. Zentrenrelevanten Sortimenten für die Nahversorgung kommt eine besondere Aufgabe im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge im Hinblick auf die Gewährleistung einer möglichst wohnungsnahen Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs zu.

Tabelle 13: Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten

<p>Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente, die...</p> <ul style="list-style-type: none">- prägend für die Innenstadt sind (Einzelhandelsstruktur),- Besucher anziehen (Besucherfrequenz),- einen geringen Flächenanspruch haben (Integrationsfähigkeit),- für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind/ selbst auf Frequenzbringer angewiesen sind/ Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen (Kopplungsaffinität),- vom Kunden überwiegend mitgenommen werden können („Handtaschensortiment“/ Transportfähigkeit).
<p>Nicht zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente, die...</p> <ul style="list-style-type: none">- zentrale Lagen nicht prägen,- aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit auch in nicht-integrierten Lagen angeboten werden (z. B. Baustoffe) bzw. aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z. B. Möbel).

Quelle: eigene Darstellung nach Einzelhandelserlass Brandenburg

Im Ergebnis der Sortimentsanalyse ergibt sich die folgende Liste zentren- bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Luckau als sog. „Luckauer Liste“.

9 Vgl. hierzu den Beschluss 4 BN 33.04 des BVerwG vom 10.11.2004 sowie z. B. die Rechtsprechung des VGH Baden-Württemberg, Urteil 3 S 1259/05 vom 30.01.2006.

Tabelle 14: Sortimentsliste für die Stadt Luckau

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2003	Bezeichnung nach WZ 2008 (WZ 2003 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2003)
Zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
Bettwaren	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u.a. Bettwaren)
Bücher	47.61	Einzelhandel mit Büchern
	47.79.2	Antiquariate
Computer (PC-Hardware und -Software)	47.41	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör	47.78.2	Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/Bett-/Tischwäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (darunter NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)
Heimtextilien/Gardinen	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbelägen und Tapeten (NUR: Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen)
	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorative Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen u.Ä.)
Hausrat	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a. n. g. (NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte, so wie Einzelhandel mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen a. n. g.)
Kurzwaren/ Schneidereibedarf/ Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)

Leuchten/Lampen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a. n. g. (NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Medizinische und orthopädische Geräte	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Papier/Büroartikel/ Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf	47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
Schuhe, Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel und Angelbedarf, inkl. Sportbekleidung)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel, Anglerbedarf und Boote)
Telekommunikationsartikel	47.42	Einzelhandel mit Telekommunikationsendgeräten
Uhren/Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
Unterhaltungselektronik	47.43	Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik
	47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel a. n. g. (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition)
	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (NUR: Anglerbedarf)
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/ Poster/ Bilderrahmen/ Kunstgegenstände	47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a. n. g. (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren)
Zoologischer Bedarf und lebende Tiere	47.76.2	Einzelhandel mit zoologischen Bedarf und lebenden Tieren
Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung		
Blumen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (NUR: Blumen)
Drogerie, Kosmetik/ Parfümerie	47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
Nahrungs- und Genussmittel	47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
Zeitungen/Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen

Nicht zentrenrelevante Sortimente		
Baumarkt-Sortiment im engeren Sinne	47.52	<i>Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (daraus NICHT: Einzelhandel mit Rasenmähern, siehe Gartenartikel)</i>
	aus 47.53	<i>Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen)</i>
	aus 47.59.9	<i>Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)</i>
	aus 47.78.9	<i>Sonstiger Einzelhandel a. n. g. (NUR: Einzelhandel mit Heizöl, Flaschengas, Kohle und Holz)</i>
Elektrogroßgeräte	aus 47.54	<i>Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)</i>
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	<i>Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör</i>
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9	<i>Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a. n. g. (daraus nur: Koch- und Bratgeschirr für den Garten)</i>
	aus 47.52.1	<i>Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren a. n. g. (daraus nur: Rasenmäher, Eisenwaren und Spielgeräte für den Garten)</i>
Kfz-Zubehör	45.32	<i>Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör</i>
	45.40	<i>Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Teilen und Zubehör für Krafträder)</i>
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1	<i>Einzelhandel mit Wohnmöbeln</i>
	47.79.1	<i>Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen</i>
Pflanzen/ Samen	aus 47.76.1	<i>Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)</i>
Teppiche (ohne Teppichböden)	47.53	<i>Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)</i>

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel und complan GmbH 04/2009

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründungen) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung Einzelhandelskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen.¹⁰ Hierbei sollten gleichzeitig die Sortimente mit den angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplanes zu gewährleisten.

6.2 Bewertungskriterien für Neuvorhaben - Ansiedlungsleitsätze

Im Rahmen der Ansiedlungsleitsätze sollen die Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung in Luckau konkretisiert und so eine städtebaulich bestmögliche Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft sichergestellt werden. Die Ansiedlungsleitsätze enthalten Regelungen zu einem ausgewogenen Verhältnis der folgenden Ziele (s. o. Kapitel 4.2) untereinander:

- Stärkung der Innenstadt: Schutz und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbezirks Innenstadtzentrum,
- Bestmögliche Sicherung und Stärkung der flächendeckenden Nahversorgung in den Wohngebieten, ohne hierbei die Entwicklung der Innenstadt zu beeinträchtigen,
- Bereitstellung ergänzender Standorte für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel mit Verkaufsflächen von bis zu 800 m² im Rahmen eindeutiger Regelungen, ohne hierbei die Entwicklung des Innenstadtzentrums oder der Nahversorgung zu beeinträchtigen.

Bisher wurden Entwicklungsziele, das künftige Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzept sowie die Spezifizierung zentrenrelevanter Sortimente vorgestellt. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen wird nachfolgend als Verknüpfung dieser Leistungsbausteine mit den Ansiedlungsleitsätzen ein tragfähiges Bewertungsinstrument entwickelt.

Die Ansiedlungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Luckauer Einzelhandels insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen die Ansiedlungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Luckauer Sortimentsliste zu einer weitgehend rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei und garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber noch nicht in Luckau ansässiger Einzelhandelsbetriebe.¹¹

Die in den Ansiedlungsleitsätzen gefassten Steuerungsempfehlungen differenzieren Einzelhandelsbetriebe nach

- zentrenrelevanten, zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie nicht zentrenrelevanten Sortimenten (Sortimentsstruktur)
- städtebaulichen Lagen bzw. Standorttypen
- Verkaufsflächenumfang
- Haupt- und Randsortimenten

11 Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung der im Einzelhandels- und Zentrenkonzept enthaltenen Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ist die politisch gestützte Bekräftigung dieser Inhalte, verbunden mit einer konsequenten künftigen Anwendung. Auf diese Weise entfalten die Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ihre Rahmen für die Rechtssicherheit kommunaler Instrumente, für die Investitionssicherheit sowie für die Sicherung und strategische Weiterentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Luckau, insbesondere des Innenstadtzentrums.

Folgende Ansiedlungsleitsätze werden für Luckau (unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben aus dem aktuellen LEP B-B) formuliert:

Leitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment soll zukünftig nur im Innenstadtzentrum („Positivraum“) zulässig sein.

Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten Hauptsortiment sollen zukünftig nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum zulässig sein. Damit kann das Innenstadtzentrum in seiner heutigen Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden. Gleichzeitig wird die Streuung wichtiger Einzelhandelsangebote, ein Ungleichgewicht der sonstigen Standorte gegenüber der Innenstadt sowie die potenzielle Gefährdung des Zentrums verhindert.

Gemäß des aktuellen LEP B-B sollen großflächige Einzelhandelsbetriebe an Zentrale Ort gebunden sein. Demnach sollen in Luckau Einzelhandelsangebote auf den Bedarf der Stadt ausgerichtet sein und unterhalb der Großflächigkeit bleiben.

Innerhalb des Innenstadtzentrums sollen neue Einzelhandelsbetriebe oder Betriebserweiterungen primär in der gekennzeichneten Hauptlage oder in der Nebenlage angesiedelt werden. Im gekennzeichneten funktionalen Ergänzungsbereich innerhalb des Innenstadtzentrums sollen Einzelhandelsbetriebe alternativ nur dann angesiedelt werden, wenn hierdurch eine strategische städtebauliche Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs und seiner inneren Struktur erreicht wird.

Leitsatz II: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment soll im Innenstadtzentrum sowie zur Gewährleistung der Nahversorgung auch an sonstigen integrierten Standorten zulässig sein.

Aufgrund der hohen Bedeutung, die die nahversorgungsrelevanten Sortimente als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum haben, sowie unter Berücksichtigung der quantitativ hohen Ausstattung im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente sollen Einzelhandelsvorhaben mit einem nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment zukünftig primär im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angesiedelt werden.

Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel soll an sonstigen integrierten Standorten, in den übrigen Wohnsiedlungsgebieten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs, zur Versorgung des Gebietes zugelassen werden, sofern es der Sicherung und Weiterentwicklung der flächendeckenden Nahversorgung dient und keine negativen Auswirkungen für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und seine Entwicklungsmöglichkeiten entstehen.

Korrespondierend zu den konzeptionellen Aussagen zur Entwicklung der Nahversorgung soll die Zulassung von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel an sonstigen integrierten Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches vorrangig im gekennzeichneten Suchbereich in einer Größenordnung bis 800 m² VKF erfolgen.

Leitsatz III: Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel ist grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet realisierbar und wird mit Blick auf Agglomerationsvorteile künftig zur Bündelung am Sonderstandort Molkereigelände empfohlen.

Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sind grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet realisierbar. Mit Blick auf die Agglomerationsvorteile wird empfohlen, Angebote mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment am Sonderstandort Molkereigelände zu konzentrieren, um Angebote aus Kundensicht attraktiv räumlich zu bündeln und einer Dispersion des Einzelhandelsstandortgefüges entgegenzuwirken.

Leitsatz IV: Zentrenrelevanter Einzelhandel ist als Randsortiment begrenzt zulässig.

Zur Steigerung ihrer Attraktivität aus Kundensicht ergänzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment dieses häufig durch sog. Randsortimente, die oftmals auch zentrenrelevante Sortimente umfassen.

Die zentrenrelevanten Randsortimente können je nach Verkaufsflächenumfang den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie seine Entwicklung gefährden. Um den zentralen Versorgungsbereich vor diesen unerwünschten Beeinträchtigungen zu schützen, um künftige Ansiedlungsrahmen für den zentralen Versorgungsbereich nicht zu verringern und um gleichzeitig auch städtebaulich nicht integrierten Einzelhandelsbetrieben eine marktübliche Mindestattraktivität im Wettbewerbsumfeld zu ermöglichen, sollen zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment auch jenseits des zentralen Versorgungsbereichs in begrenztem Umfang zugelassen werden.

Diese Begrenzung soll bei 10 % der Gesamtverkaufsfläche eines Vorhabens¹² für die zentrenrelevanten Randsortimente liegen. Die Obergrenzen für die jeweiligen zentrenrelevanten Randsortimente sind insgesamt an der Innenstadtstruktur zu orientieren.

Zudem soll stets eine deutliche *Zuordnung* des Randsortiments zum Hauptsortiment gegeben sein (z. B. Wohneinrichtungsgegenstände als Randsortiment zu Möbeln, Zooartikel als Randsortiment im Gartenmarkt, nicht jedoch z. B. Unterhaltungselektronik). Hierdurch werden Vorhaben aus Kundensicht klar definiert und es wird eine Angebotsdiversität jenseits des zentralen Versorgungsbereichs vermieden.

Zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment in Vorhaben *im Innenstadtzentrum* sollen regelmäßig und ohne Verkaufsflächenbegrenzung zugelassen werden, sofern Grundsatz I gewahrt bleibt. *Nicht* zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment sollen ebenfalls regelmäßig und ohne Verkaufsflächenbegrenzung zugelassen werden, sofern die übrigen Empfehlungen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes eingehalten werden (u. a. Vermeidung einer Angebotsdiversität außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs).

Leitsatz V: Ausnahmsweise zulässig: Verkaufsstellen von Handwerksbetrieben sowie produzierenden oder weiterverarbeitenden Betrieben.

Ausnahmsweise sollen Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben zugelassen werden („Handwerkerprivileg“), wenn eine räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb, die Errichtung im betrieblichen Zusammenhang, eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung sowie eine sortimentsbezogene Zuordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist.

Die Zulässigkeit von Verkaufsstellen an landwirtschaftlichen Betrieben bemisst sich nach §§ 35 bzw. 201 BauGB.

Zwischenfazit

In der Zusammenschau der aus den übergeordneten Entwicklungszielen für Luckau abgeleiteten Differenzierung innerhalb der Leitsätze ergibt sich ein Bewertungsinstrument für Einzelhandelsvorhaben sowie ein Anwendungsrahmen für die Bauleitplanung, bezogen auf die Standortziele. In der konsequenten Anwendung ergeben sich für geplante Einzelhandelsvorhaben je nach Sortiments- und Größenstruktur empfohlene oder abzulehnende Standorte sowie innerhalb möglicher Standorte eine teils mit Prioritäten versehene Empfehlung.

12 Im Einzelfall ist der Nachweis zu erbringen, dass die Teilverkaufsflächengröße einzelner oder mehrerer zentrenrelevanter Randsortimente zu keinen schädlichen Auswirkungen führen.

Durch diese standardisierten Leitsätze können vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen künftig effizient beantwortet werden, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

6.3 Bauleitplanerische Umsetzung der Zielvorstellungen

Für eine „gewünschte“ Stadtentwicklung muss die Stadt Luckau die Einzelhandelsentwicklung beeinflussen. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept dient dabei als Bewertungs- und Argumentationsgrundlage für Ansiedlungsvorhaben bzw. zur Verhinderung von Ansiedlungen an unerwünschten Standorten.

Durch die Baurechtsnovellierung 2007 ist der Zentrale Versorgungsbereich als Begründung für eine stadträumliche Steuerung des Einzelhandels in den Fokus gerückt. Mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist dieser für Luckau als schützens- und entwicklungswerter Bereich definiert (räumliche Abgrenzung s. Kapitel 5.2). Um die sich aus der Novellierung des BauGB ergebenden Instrumente anzuwenden und in eine aktive Steuerung zu gehen, ist die bauleitplanerische Umsetzung und Untersetzung unerlässlich. Hierbei bieten sich verschiedene Möglichkeiten:

Wenn das Einzelhandels- und Zentrenkonzept von der Stadtverordnetenversammlung beschlossen wird, können Neuansiedlungen und Umnutzungen über die Aufstellung eines Textbebauungsplans, die Anwendung des § 9(a) BauGB im unbeplanten Innenbereich, gesteuert werden. Über die Erstellung einfacher B-Pläne / Neuaufstellung bzw. Änderung nicht-konzeptkonformer B-Pläne können besonders gefährdete Bereiche wie Standorte z.B. an Ausfallstraßen verhindert werden, die bevorzugt von insbesondere den innerstädtischen kleinteiligen Einzelhandel gefährdenden Handelsformaten wie Discountern und Fachmärkten bevorzugt werden.

7. Entwicklungs- und Maßnahmenkonzept Innenstadt/ Historischer Stadtkern

Das Einzelhandelskonzept als räumliches Steuerungsinstrument kann, bei Betrachtung der Rahmenbedingungen einer weiter schrumpfenden Bevölkerung, einem Kaufkraftrückgang und der überörtlichen starken Konkurrenzstandorte, als alleinige Maßnahme die Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt nicht stärken. Es ist erforderlich geeignete Maßnahmen zu definieren die zum Erhalt der bestehenden Struktur beitragen und Wege einer Weiterentwicklung aufzeigen. Mit der Umsetzung der Maßnahmen sollte parallel zur bauleitplanerischen Umsetzung begonnen werden. Zum Erhalt der Einzelhandelsfunktion und der Funktionsvielfalt der Innenstadt ist ein konzeptionelles und mehr denn je ein transparentes Vorgehen unter frühzeitiger Einbeziehung aller relevanten Akteure erforderlich. Die Stadt Luckau ist als historische Stadt zudem vor die besondere Herausforderung gestellt, hinsichtlich der städtebaulichen Gestaltung unter Berücksichtigung denkmalpflegerischer Anforderungen, unterschiedliche und nicht zuletzt oft konträre Ziele und Interessen zielführend zu moderieren.

7.1 Übergreifende Entwicklungsziele

Bestand und Strukturen sichern

Die unverwechselbare Identität der Luckauer Innenstadt wird durch den Einzelhandels- und Dienstleistungsmix, das Kulturangebot, die historische Bausubstanz und die insgesamt attraktive städtebauliche Struktur geprägt. Vor dem Hintergrund der zukünftigen Einwohnerentwicklung und Wettbewerbssituation muss der Fokus auf dem Erhalt und der Stärkung des Bestandes liegen. Mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept liegen Instrumente (Ansiedlungsleitsätze, Sortimentsliste, Zentrenfunktion) für den Schutz und die Weiterentwicklung der vorhandenen Struktur vor.

Lenkung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen auf hochfrequentierte Innenstadtbereiche: Konzentration

Nach dem Einzelhandelsbesatz und der Passantenfrequenzanalyse sind die Hauptstraße und der Markt als Hauptlage definiert. Die Lange Straße und der Abschnitt von der Lange Straße bis zum Mönchhof werden als Nebenlage eingestuft.

Um die bestehende Konzentration des Geschäftsbereiches in der Hauptstraße und am Markt zu sichern und zu stärken, ist die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben auf diesen am höchsten frequentierten Bereich konzentrieren.

Auch die Nebenlage – als Innenstadtbereich mit gegenwärtig deutlich geringerer Passantenfrequenz – sollte funktional gestärkt werden. Mit oberster Priorität muss allerdings die Profilierung der Hauptstraße als Hauptgeschäftslage verfolgt werden.

Als wichtige Maßnahme zur gezielten Innenstadtentwicklung sollten, auf Grundlage der Untersuchung des Ingenieurbüros Donath, Objekte identifiziert werden, die für eine aktive Ansiedlungspolitik qualifiziert werden können.

Erhalt der kurzen Wege durch Sicherung der Funktionsvielfalt/ Verknüpfungen herstellen

Die Luckauer Innenstadt zeichnet sich durch ihre kompakte, übersichtliche Struktur und ihre Funktionsvielfalt aus. Konsumenten können über kurze Distanzen ihre Einkäufe in verschiedenen Geschäften erledigen, Arzttermine wahrnehmen, die gastronomischen Einrichtungen nutzen, ein Museum besuchen oder einen Amtsgang erledigen. Es gilt diese städtebauliche und funktionale Dichte zu erhalten, die Angebote eng zu verknüpfen, um Distanzen für die Kunden zu minimieren und die Innenstadt damit als Versorgungszentrum zu erhalten.

Ein entscheidender Aspekt für die Nutzung der innerstädtischen Funktionen ist für die Konsumenten eine Öffnungszeitengarantie und ein gemeinsames Auftreten der Einzelhändler und Innenstadtakteure. Nur durch gesicherte einheitliche und auf einander abgestimmte Öffnungszeiten können sich Synergieeffekte zwischen den einzelnen Nutzungen ergeben.

Zur Frequenzsteigerung in der Innenstadt muss zwischen den Nahversorgungsstandorten Südpromenade und Karl-Marx-Straße und der Altstadt eine Optimierung der städtebaulichen Verknüpfung erfolgen. Es besteht die Möglichkeit durch eine verbesserte Wegeführung, fußgänger- und radfahrerfreundliche und barrierefreie Straßenquerungen sowie Ausschilderungen eine bessere Verbindung zu schaffen. Ziel sollte es sein die Synergieeffekte zwischen den Standorten zu erhöhen und insbesondere das Kundenpotenzial von den Nahversorgungsstandorten noch stärker für die Angebote in der Innenstadt zu nutzen.

Schließung von Angebotslücken durch Nutzungskopplungen

Aus der Entwicklung der allgemeinen Rahmenbedingungen ergibt sich, dass der Fokus der zukünftigen Innenstadtentwicklung auf dem Erhalt und der qualitativen Weiterentwicklung des Einzelhandels-, aber auch des Dienstleistungs- und gastronomischen Angebotes liegen muss. Zur Sicherung der funktionalen Mischung und zur Profilierung der Innenstadt sollte die Möglichkeit von Nutzungskopplungen innerbetrieblicher Art und zwischen Betrieben geprüft werden.

So können u. a. über die bessere Ausnutzung von Verkaufsflächen Angebote/Sortimente vorgehalten werden, die in einer anderen Geschäftssituation aufgrund von Unrentabilität von der Aufgabe bedroht sind, sowie Branchenlücken geschlossen werden.

Nutzungskopplungen verschiedener Sortimente und zentrenergänzender Funktionen können die Angebotsvielfalt verbessern, die Passantenfrequenzen und die Verweildauer erhöhen und für die Betriebe Kostenvorteile bei der Beschaffung und Ressourcenbündelung bedeuten. Um Nutzungskopplungen zu realisieren, ist im Einzelfall die Machbarkeit sowie der ökonomische und Marketingaufwand zu prüfen.

Nachfrage- und zielgruppengerechter Ausbau der Angebote in der Innenstadt

Mit den städtebaulich-gestalterischen Merkmalen der historischen Altstadt besitzt die Innenstadt Luckaus eine hohe Aufenthaltsqualität (in allen Befragungen sehr positiv bewertet) und in Verbindung mit der Vielzahl inhabergeführter Geschäfte ein Alleinstellungsmerkmal im regionalen Wettbewerb bei weiter zunehmender Filialisierung und der damit verbundenen Gefahr der Uniformität der Waren- bzw. Geschäftspräsentation.

Zum Erhalt und zur Steigerung der Attraktivität der Luckauer Innenstadt ist es erforderlich, das Waren- und Dienstleistungsangebot fortdauernd an den Bedürfnissen der Konsumenten auszurichten. Hier steht jeder Händler- und Gewerbetreibende, Gastronom und Kulturschaffende in der Verantwortung regelmäßig selbstkritisch sein Angebot, die Serviceleistung, das Marketing, die Ladengestaltung, die Warenpräsentation und seine Öffnungszeiten auf zielgruppengerechte Ausrichtung zu

prüfen und, im eigenen Interesse, an die veränderten Bedingungen und Bedürfnisse der Kunden anzupassen. Als Anpassung auf die demografischen Veränderungen und die Zunahme älterer Menschen können dazu gehören: barrierefreie Zugänge, kleinere Packungsgrößen, Sitzgelegenheiten, deutliche Auspreisung, überschaubares Sortiment, telefonische Bestellung und Lieferservice etc.

Beratung und Unterstützung anbieten

Die Qualifizierung der innerstädtischen Angebote im Bereich Einzelhandel, aber auch Gastronomie und Kultur kann nur durch die aktive Mitwirkung der einzelnen Akteure erreicht werden. Hier sind den Akteuren Beratungsangebote zu Themen wie z.B. Inhabernachfolge, Schaufenstergestaltung, Marketing, Zielgruppenorientierung oder Warenfinanzierung anzubieten. Über diese Unterstützung kann eine Sensibilisierung für eine gemeinsame Innenstadtentwicklung entwickelt und Kräfte für die Umsetzung einzelner mobilisiert werden. Partner wie die Industrie- und Handelskammer, der Einzelhandelsverband und weitere bieten diese Beratungsleistungen an.

Marketing und Öffentlichkeitsarbeit qualifizieren

Ein professionelles Marketing ist nur sinnvoll wenn es durch die Innenstadtakteure mit aufgebaut und in der fortlaufenden Umsetzung mitgetragen wird. Wichtige Themen sind z.B. einheitliche Öffnungszeiten, gemeinsame Veranstaltungen, Schaufenstergestaltung und Werbemaßnahmen. Erforderlich für eine gemeinschaftliche Umsetzung ist die Gründung einer Interessengemeinschaft Innenstadt und die konsequente Moderation und Unterstützung durch die Stadt bzw. externe Partner bzw. Experten.

Steigerung der Aufenthaltsqualität durch gezielte städtebauliche und gestalterische Maßnahmen

Zu einer attraktiven und lebendigen Innenstadt gehören neben einem vielfältigen Angebot im Bereich Einzelhandel, Gastronomie, Kultur und Dienstleistung auch ansprechend gestaltete Plätze, Fassaden, Außengastronomie und Verweilmöglichkeiten. Dieses Potenzial hat Luckau in den letzten Jahren durch sichtbare Sanierungserfolge ausgebaut. Gleichwohl bestehen weiterhin städtebauliche Defizite. Das Ergebnis der Passanten- und Händlerbefragung zeigt Optimierungsbedarfe bei den Verweilmöglichkeiten sowie bei gewerblichen Leerständen und einzelnen unsanierten Gebäuden auf. Mit der modernen und zukunftsorientierten Umgestaltung der Hauptstraße kann auf zukünftige Anforderungen und Handlungsbedarfe reagiert werden.

Zur Leerstandsreduzierung bzw. -retuschierung besteht die Möglichkeit temporärer Nutzungen durch Kunstprojekte bzw. Ausstellungen. Zwischennutzungen bieten die Chance Anreize zu schaffen, leerstehende Objekte einer langfristigen Nutzung zuzuführen bzw. diese für eine weitere Vermietung attraktiv zu halten. Ferner sollten Leerstände genutzt werden, um durch z.B. die Installation publikumswirksamer Projekte eine Belebung der Innenstadt zu erreichen.

7.2 Maßnahmen- und Umsetzungskonzept

Nachfolgend werden aus den bisher formulierten Entwicklungspotenzialen- und zielen geeignete Maßnahmen zur Stärkung und Weiterentwicklung der Innenstadt aufgezeigt.

7.2.1 Nicht-investive Maßnahmen

Gründung einer Interessengemeinschaft Innenstadt

Zielstellung

In der Innenstadt sollten alle relevanten Akteure in den Gestaltungs- und Entwicklungsprozess eingebunden und eine aktive Rolle einnehmen. Hierbei sind u.a. Händler, Gastronomen, Dienstleister, Eigentümer, Vereine und Initiativen einzubinden. Die Gemeinschaft bündelt die unterschiedlichen Interessen, stimmt gemeinsame Ziele ab und setzt Maßnahmen zur Innenstadttärkung um.

Beschreibung

Die wichtigsten Aufgaben der Interessengemeinschaft Innenstadt liegen in

- der Bündelung der Kompetenzen und Mittel der lokalen Akteure
- der Kooperation mit wichtigen Partnern und Unterstützern
- der Qualifizierung des Marketings und der Öffentlichkeitsarbeit hinsichtlich eines gemeinschaftlichen Auftritts z.B. bei der Abstimmung einheitlicher Öffnungszeiten, der Schaufenstergestaltung, der Erarbeitung eines gemeinsamen Gestaltungskonzeptes etc.
- der Planung und Durchführung Innenstadt stärkender Maßnahmen z.B. Durchführung von Veranstaltungen

Träger/ Organisation

Die Gründung der Interessengemeinschaft Innenstadt kann sich aus der Aktivität der bestehenden Händlergemeinschaft erwirken. Die Stadt Luckau muss als wichtiger Partner in die Gemeinschaft eingebunden sein und aktiv mitwirken.

Kosten/Finanzierung

Die Gründung der Interessengemeinschaft beruht auf Freiwilligkeit und wird nicht zusätzlich personell gefördert. Die finanzielle Unterstützung der Interessengemeinschaft bei der Umsetzung innenstadttärkender Maßnahmen kann durch die Einrichtung eines Verfügungsfonds (s. u.) erfolgen.

Zeitraumen

Start März 2010

Coaching- und Beratungsangebote

Zielstellung

Die Luckauer Innenstadt ist durch einen hohen Anteil kleinteiliger und inhabergeführter Geschäfte geprägt. Der Beratungs- und Unterstützungsbedarf der Einzelunternehmen ist deutlich höher als an Standorten mit einem hohen Filialisierungsgrad. Den Einzelhändlern und Gewerbetreibenden sollen geeignete Beratungs- und Coachingangebote zur Verfügung gestellt werden.

Beschreibung

Im Rahmen der Interessengemeinschaft Innenstadt können Handlungs-/Beratungsbedarfe erörtert und die Angebote unter Einbeziehung geeigneter Partner bzw. Experten zielgruppenorientiert ausgearbeitet werden. Folgende Themen können Gegenstand der Beratungsangebote sein:

- Möglichkeiten zur Nachfolgeregelung bei Geschäftsaufgaben/ Veränderungen
- attraktive und z.B. thematische Schaufenstergestaltung, Warenpräsentation, Ladenausstattung, Werbeanlagen/-maßnahmen
- Schulungen von Mitarbeitern
- Zielgruppenorientierung
- Existenzgründung

Träger/Organisation

Angebote der IHK Cottbus mit Unterstützung qualifizierter Partner (u.a. Sparkasse, Lotsendienst), Stadt Luckau (z.B. gemeinsame Veranstaltung)

Kosten/Finanzierung

Kosten für die Raumbereitstellung, Nebenkosten bei den Veranstaltungen

Die IHK Cottbus hat bereits angeboten kostenfreie Beratungen/Informationsabende und themenbezogene Veranstaltungen durchzuführen.

Zeitraumen

Start 2010

Qualifizierung des Wochenmarktes

Zielstellung

Ein innerstädtischer Wochenmarkt kann durch die Angebotsergänzung zum innerstädtischen Einzelhandel und mit einem klaren und interessanten Angebotsprofil, zusätzliche Anziehungskraft für die Innenstadt bewirken, und als Frequenzbringer für den stationären Handel und andere innerstädtische Angebote dienen. Ferner übernimmt der Wochenmarkt als sozialer Treffpunkt eine wichtige Funktion.

Für den Luckauer Wochenmarkt zeigen die Passantenfrequenzzählung und die Ergebnisse der Befragungen nicht ausgeschöpfte Potenziale auf. Die Zufriedenheit mit dem Wochenmarkt ist im Durchschnitt nur befriedigend. Handlungsbedarfe bestehen hinsichtlich der Einhaltung der geltenden Marktzeiten für alle Marktbesucher und beim Angebotsmix. Die derzeitige Frequenzsteigerung an Markttagen liegt im Vergleich anderer Städte deutlich unter dem Potenzial eines Wochenmarktes.

Beschreibung

Um mit dem Wochenmarkt ein attraktives Zusatzangebot zum ansässigen Einzelhandel zu schaffen und die bisher mäßige Frequenzsteigerung an Markttagen zu steigern, sind in Kooperation mit dem ansässigen Einzelhandel, dem Marktbetreiber und der Stadt geeignete Maßnahmen zu erarbeiten.

Nachfolgend erste Empfehlungen:

- Kooperation des Marktbetreibers und des stationären Handels bei der Umsetzung gemeinsamer Aktionen
- regelmäßige Durchführung von Themenmärkten
- Steigerung des Angebotes von regionalen Anbietern
- kontinuierliche Überprüfung des Angebotsmix hinsichtlich der Zielgruppenorientierung
- Durchsetzung einer einheitlichen und ordentlichen Standgestaltung
- kundenfreundliche Marktzeiten
- Durchführung zielgruppenspezifischer Aktionen (Wochenmarkt zum Kindertag mit z.B. Probierständen und Gewinnspielen)

Träger/Organisation

Marktbetreiber, bei Kooperationen (finanzielle) Beteiligung des stationären Handels

Kosten/Finanzierung

für Marktbetreiber: Werbemaßnahmen, Durchführung von Aktionen (Clown zum Kindertag, gemeinsames Marktfrühstück aller Marktbesucher und Besucher), Schulung der Marktbesucher z.B. zur Angebotspräsentation, Zielgruppenansprache

für Stadt: Durchführung eines Wochenmarktchecks durch geeignete Berater zur Bestimmung der Potenziale und Defizite des Luckauer Wochenmarktes und der Erarbeitung gezielter Maßnahmen

Zeitrahmen

2010

Textbebauungsplan

Zielstellung

Zur Umsetzung der Empfehlungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sind Bebauungspläne ein wesentliches Steuerungsinstrument. Mit dem § 9 (2a) BauGB iVm § 1 (5), (6) und (9) BauNVO iVm § 34 (4) BauGB besteht die Möglichkeit mit einem einfachen Bebauungsplan in unbeplanten Innenbereichen die Zulässigkeit von weiteren Einzelhandelsangeboten auszuschließen, um den Zentralen Versorgungsbereich und ausgewiesene Standorte zu sichern.

Beschreibung

Für das Stadtgebiet Luckau wird der Bebauungsplan gem. § 9 (2a) erstellt. Der Bebauungsplan gilt mit seinen textlichen Festsetzungen und ggf. zeichnerischen Festsetzungen grundsätzlich auch für bereits festgesetzte Bebauungspläne in der Gebietskulisse. Voraussetzung für dieses Verfahren ist ein von der Stadt bestätigtes Einzelhandels- und Zentrenkonzept mit der Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche und formulierten Entwicklungszielen für die weiteren Einzelhandelsstandorte. Der Aufstellungsbeschluss für den Textbebauungsplan wird gleichzeitig mit dem Beschlussvorschlag für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept formuliert.

Träger/Organisation

Stadt Luckau

Kosten/Finanzierung

Die Aufstellung des Textbebauungsplanes ist als ein Leistungsbaustein Bestandteil der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Zeitrahmen

Februar/März 2010

7.2.2 Investive Maßnahmen

Einrichtung eines Verfügungsfonds

Zielstellung

Die Einrichtung eines Verfügungsfonds bietet die Möglichkeit geeignete Akteure aktiv an der Stadtentwicklung zu beteiligen und in die Finanzierung einzubinden. Ziel ist mit der anteiligen Unterstützung von Investitionsmaßnahmen für kleinteilige investive Maßnahmen die Attraktivität der Innenstadt zu erhöhen und den Standort insgesamt zu stärken.

Beschreibung

Der Verfügungsfonds ist seit 2009 ein neues Instrument der Städtebauförderung und explizit für das selbstständige Mitwirken und Entscheiden der Akteure über innenstadtstärkende Maßnahmen angelegt. Fördergegenstand sind kurzfristig umzusetzende kleinteilige Maßnahmen (B.2, B.3 und B.5 Maßnahmen), d.h. Klein(st)projekte die über keine andere Förderung unterstützt werden können bzw. die für andere Förderprogramme eine zu geringe Größe haben. Dazu können zum Beispiel zählen:

- die Anpassung von Grundstückszuschnitten, Zufahrten und Einfriedungen
- der Umbau von Ladeneinheiten
- der Umbau von Schaufensteranlagen
- die Verbesserung der Zugänglichkeit, insbesondere Barrierefreiheit,
- die Herstellung standortangemessener Werbeanlagen und
- sonstige Maßnahmen zur Verbesserung des Erscheinungsbildes.

Träger/Organisation

Voraussetzung für die Einrichtung eines Verfügungsfonds ist die Gründung eines lokalen Gremiums, das über die Maßnahmenanträge und die Mittelvergabe entscheidet und die Verwaltung des Fonds sicherstellt. Mitglieder können die Stadt Luckau, Eigentümer und Unternehmer sein.

Kosten/Finanzierung

Maximal 50 % Zuschuss aus der Städtebauförderung und mindestens 50 % Kofinanzierung durch Einstellen von Mitteln in den Fonds von der Wirtschaft, Immobilien- und Standortgemeinschaften, Privaten u./o. zusätzliche Mittel der Gemeinde.

Zeitraumen

Gründung eines Verfügungsfonds Frühjahr 2010, Aufruf zum Einreichen von Projekten und Vorhaben Frühsommer 2010

Bauliche und gestalterische Maßnahmen in der Hauptstraße

Zielstellung

Mit der Neugestaltung der Hauptstraße sind vielfältige städtebauliche sowie gestalterische Maßnahmen verbunden, die zu einem Gewinn an Aufenthaltsqualität und Attraktivität dieses Innenstadtbereiches führen sollen. Mittel- und langfristig muss es darum gehen, Kunden und Nutzer in der Innenstadt, insbesondere der Hauptstraße zu bündeln. Hier sind unter Beachtung denkmalpflegerischer Gesichtspunkte, neue Ansätze erforderlich.

Beschreibung

Die geplante Neugestaltung der Hauptstraße sollte genutzt werden um ein Gesamtkonzept „Einkaufsstraße“ umzusetzen. Folgende Aspekte sollten Berücksichtigung finden:

- Erneuerung der Pflasterung
- Angleichung des Gehweg- und Fahrbereichniveaus
- Ausweisung von Parkflächen
- Ausweisung einer verkehrsberuhigten Zone (evtl. temporäre Erprobung)
- Neugestaltung des öffentlichen Raumes und Prüfung der Satzungen zur privaten Nutzung des öffentlichen Raumes
- Verbesserung der Verbindung der Nahversorgungsstandorte an die Innenstadt, um durch die Nutzung der Parkflächen außerhalb des Altstadtkerns eine verkehrliche Entlastung der Innenstadt zu erreichen (52 % der Innenstadtbesucher kommen mit dem Auto in die Innenstadt)
- Stärkung des Kopplungspotenzials zwischen der Innenstadt und den angrenzenden Nahversorgungsstandorten Südpromenade und Karl-Marx-Straße durch Optimierung der Wegführung, Beschilderung und Schaffung von Sicht- und Wegachsen

Träger/Organisation

Stadt Luckau

Zur Erhöhung der Akzeptanz des Vorhabens soll die frühzeitige Einbindung der unmittelbar vom Vorhaben betroffenen Unternehmen der Interessengemeinschaft Innenstadt sowie die Bevölkerung in die Konzepterarbeitung zur Neugestaltung der Hauptstraße erfolgen.

Kosten/Finanzierung

Kosten offen, Finanzierung ein diskursiver Planungswettbewerb mit Unterstützung aus Mitteln der Städtebauförderung

Zeitrahmen

Start 2010

Maßnahmen zur Aufenthaltsqualität und Gestaltung des öffentlichen Raumes

Zielstellung

Die Luckauer Innenstadt weist durch die Investitionen der vergangenen Jahre in die Sanierung von Gebäuden und die Gestaltung des Marktplatzes bereits eine hohe Aufenthaltsqualität auf. Durch punktuelle Maßnahmen kann die Erhöhung der Verweildauer der Besucher in der Innenstadt noch gesteigert werden, wobei stadtraumprägend vordergründig die historischen Gestaltungselemente sein sollten.

Beschreibung

In Zusammenarbeit mit Händlern, Gewerbetreibenden, Dienstleistern, Eigentümern, Nutzern und Besuchern werden Ideen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität und zur Gestaltung des öffentlichen Raumes erarbeitet und die Umsetzung auf Basis einer Kosten- und Aufwandsschätzung geprüft. Optimierungsmöglichkeiten bestehen u.a.

- in der Ausnutzung der Marktplatzsituation für attraktive Außengastronomie
- der zusätzlichen Ausstattung mit öffentlichen Sitzgelegenheiten/Verweilmöglichkeiten
- der Installation von Fahrradabstellmöglichkeiten
- der ansprechenden Gestaltung der privaten Möblierung im öffentlichen Raum (Schirme, Stühle, Tische, Aufsteller)
- Attraktivierung der Übergänge in den öffentlichen Raum durch die Umsetzung einer einheitlichen Gestaltungssatzung für den gesamten Innenstadtraum

Träger/Organisation

Stadt Luckau

Kosten/Finanzierung

Offen

Die Finanzierung der Maßnahmen ist im Rahmen der geltenden Richtlinie zur Städtebauförderung prinzipiell möglich. Für kleinteilige Maßnahmen ist die Förderung über den Verfügungsfonds prinzipiell möglich.

Zeitrahmen

2010 ff.

Bereitstellung vermarktungsfähiger Flächenangebote für Investoren

Zielstellung

Die Profilierung der Luckauer Innenstadt als Einkaufsstandort erfordert die Bereitstellung vermietbarer Flächen und Investitionen in den Bestand, um für Neuansiedlungen bzw. Verlagerungen nutzbare Gewerbeflächen vorzuhalten und eine fortwährende Attraktivität der Innenstadt zu gewährleisten.

Um die leerstehenden ungenutzten bzw. unsanierten Flächenpotenziale in der Innenstadt für gewerbliche Nutzungen zu erschließen, erfolgte parallel zur Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes die Erstellung eines Bestandskataloges einschließlich eines Maßnahmen- und Kostenkataloges für Modernisierungs- und Instandsetzungsarbeiten für acht ausgewählte Gebäude. Diese ingenieurtechnische Studie wurde vom lokalen Ingenieurbüro Marlies Donath durchgeführt.

Beschreibung

Die Gestaltungsspielräume für die Entwicklung der Innenstadt sind aufgrund des denkmalgeschützten Bestandes und der kleinteiligen Immobilienstruktur allerdings beschränkt. So sind gegenwärtig sowohl die genutzten als auch die ungenutzten Gewerbeflächen nicht für die Vermietung an Filialisten mit hohen Ansprüchen an Verkaufsflächengrößen geeignet. Potenziale zur Erschließung von Gewerbeeinheiten bestehen hierbei in der Prüfung von Flächenzusammenlegung, zwei oder mehrerer Gewerbeeinheiten bzw. Geschosse und in der Aktivierung von minder- bzw. ungenutzten Gebäudeeinheiten z.B. des ehemaligen Kaufhauses. Diese Maßnahmen sind in Anbetracht bestehender und geplanter größerer Konkurrenzansiedlungen außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches prioritär zu verfolgen. Da städtebauliche Erfordernisse (u.a. Fassadensanierungen, Modernisierung, Instandsetzung) nur unter Mitwirkung der Objekteigentümer erreicht werden können, muss eine enge Kooperation zwischen der Stadt bzw. dem Ingenieurbüro Donath, den Denkmalpflegeexperten und den Eigentümern bestehen. Die bereits vorliegenden Flächenerhebungen und Baukostenschätzungen für einzelne Objekte stellen eine wichtige Grundlage für die Kommunikation und Kooperation mit den Eigentümern dar.

Träger/Organisation

Stadt/Eigentümer, evtl. in Kooperation mit Nutzern/Mietern und Denkmalschutzbehörde

Kosten/Finanzierung

Offen

Für notwendige Umbauten/Instandsetzung innerhalb der Gebäude sind die Fördermöglichkeiten im Rahmen der Richtlinie zur Stadterneuerung (2009) im Einzelfall zu prüfen ggf. kann der innenstadtbedingte Mehraufwand gefördert werden.

Zeitraumen

2010 ff.

Leerstands- und Flächenmanagement

Zielstellung

Um für Ansiedlungsvorhaben vorhandene Flächenpotenziale auszuschöpfen und bestehenden Leerständen Nutzungen zuzuführen, sollte die Ansiedlung neuer Betriebe im Rahmen eines Flächenmanagements erfolgen. Über ein kontinuierliches Flächenmonitoring können Veränderungen im Bestand aufgezeigt und frühzeitig gezielte Maßnahmen ergriffen werden.

Beschreibung

Um neben der Verwaltung der Leerstände ein aktives Flächenmanagement zu betreiben, sind folgende Arbeitsschritte und Aufgaben erforderlich:

- Aufbau und Fortschreibung einer Flächenbörse über freie und verfügbare bzw. potenziell verfügbare Flächen
- Prüfung der Gründe dauerhafter Leerstände (z.B. Missverhältnis der geforderten Miethöhe und den äußeren Rahmenbedingungen in der Stadt Luckau)
- Herstellung der Kontakte zwischen potenziellen Mietern und Eigentümern sowie Beratung und Unterstützung bei nachfolgenden Verhandlungen und Beratungen
- Unterstützung von Unternehmensansiedlungen durch Prüfung von Mietzuschüssen in der Startphase und Hilfestellungen bei der Kreditaufnahme bei Banken und bei Behördengängen und Einholen von Genehmigungen etc.
- Prüfung der Möglichkeiten Ansiedlungen durch Förderung von Sanierungsmaßnahmen (Hülle/Fassade) zu unterstützen
- aktive Vermarktung der Leerstandsobjekte über die Altstadtbörse¹³

In Kooperation mit den Eigentümern kann die Stadt Luckau über die Immobilienbörse der historischen Stadtkerne im Land Brandenburg ein aktives Marketing betreiben.

Für die Objekte, die einen Leerstand bzw. Sanierungsbedarf aufweisen, sollten mit Unterstützung des Ingenieurbüros Donath in laufenden Gesprächen Fragen zur Sanierungsstrategie und möglicher Fördermitteleinsätze zwischen den Eigentümern und der Stadt geführt werden. Die vorliegende Erfassung der Leerstandsobjekte und un- bzw. mindergenutzter Gewerberäume des Ingenieurbüros Donath stellt eine wertvolle Grundlage für ein fortlaufendes Monitoring dar.

Träger/Organisation

Stadt Luckau mit Unterstützung des Ingenieurbüros Donath, in Verbindung mit den Flächen- und Gebäudeeigentümern und der Interessengemeinschaft Innenstadt

Kosten/Finanzierung

Die Online-Altstadtbörse läuft gegenwärtig in der Aufbauphase als kostenloses Immobilien- und Serviceportal für die eingestellten Objekte.

Zeitrahmen

Start 2010, laufende Aufgabe

13 Die Immobilienbörse ist eine Online- Angebots- und Informationsplattform für Gewerbe- und Wohnimmobilien in den Altstädten der Mitgliedsstädte der Arbeitsgemeinschaft „Städte mit historischen Stadtkernen“. Sie dient gleichzeitig als Serviceportal, dass u. a. über Finanzierungs-/Fördermöglichkeiten bei Investitionen in Sanierungsgebieten informiert.

8. Abschließende Bemerkungen

Die Stadt Luckau verfügt über eine breit aufgestellte Einzelhandelsstruktur, die vorrangig die Versorgung der Stadt, der Ortsteile und der angrenzenden Gemeinde Heideblick sichert. Diese (Nah-)Versorgungsfunktion ist kaum noch steigerungsfähig. Die Innenstadt übernimmt darüber hinaus vor allem über den Einzelhandel hinaus Versorgungsaufgaben für einen größeren Raum. Im überörtlichen Kontext sieht sich die Stadt einem starken Wettbewerb ausgesetzt, der auch zukünftig angesichts der für Luckau landesplanerisch nicht definierten Funktionsstatus, ein Entwicklungshemmnis darstellt.

Vor dem Hintergrund der Bestandssituation, dem durch die Bevölkerungsentwicklung zu erwartenden Nachfragerückgang sowie der Lage und Konkurrenzsituation sind die Rahmenbedingungen für die Weiterentwicklung und Profilierung des Einzelhandelsstandortes Luckau schwierig. Gleichwohl werden die Attraktivitätssteigerung, der Erhalt und die Qualifizierung insbesondere der Innenstadt und des innerstädtischen Einzelhandels angestrebt, um die derzeitige Versorgungsfunktion dauerhaft zu sichern, und darüber hinaus die Innenstadt für Kunden und Besucher auch aus weiter entfernten Standorten attraktiv zu platzieren.

Im Zuge der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts wurden unterstützt durch die Verwaltung und den parallel tagenden projektbegleitenden Arbeitskreis Entwicklungsüberlegungen, Ziele und Leitlinien erörtert und abgestimmt. Diese erlauben es, die notwendigen Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

Durch den angestrebten Beschluss des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts durch die Stadtverordnetenversammlung Luckau werden die Empfehlungen für die Verwaltung bindend. Die Tragfähigkeit und die Rechtssicherheit des Konzeptes werden durch den parallel zur Beschlussfassung vorgelegten Aufstellungsbeschluss für den Textbebauungsplan, der in seinen Festsetzungen auf das Einzelhandels- und Zentrenkonzept Bezug nimmt, unterstützt.

Glossar

Betriebsform (Betriebstyp)

Eine Gruppe von Handelsbetrieben mit gleichen oder ähnlichen Merkmalsausprägungen. Es gibt starke Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen in einem oder mehreren Merkmalen deutlich voneinander unterscheiden. Um Betriebstypen zu definieren, wird auf Merkmale zurückgegriffen, die das Erscheinungsbild des Handelsbetriebes gegenüber den Abnehmern gestalten. Sowohl im Groß- als auch im Einzelhandel werden Betriebsformen unterschieden. Es besteht eine Dynamik in den Betriebsformen, d. h. es entstehen neue Betriebstypen und alte scheiden aus. Seit neuester Zeit wird auch von Formaten und Vertriebsbahnen gesprochen. Betriebstypen sind z. B. Fachmarkt, Supermarkt oder SB-Warenhaus.

Bindungsquote

Verhältnis zwischen Umsatz- und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. An ihr ist ersichtlich, ob Kaufkraft in ein Gebiet zu- (> 100 %) oder abfließt (< 100 %). Anhand der Bindungsquote kann die Zentralität eines Ortes ermittelt werden, je nachdem, ob ein Kaufkraftzufluss, oder -abfluss vorliegt (Kaufkraft).

Einzelhandel

Im funktionellen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie i. d. R. nicht selbst be- oder verarbeiten, von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Als Einzelhandel im institutionellen Sinne (auch Einzelhandelsbetrieb, Einzelhandelsunternehmung, Einzelhandlung) werden jene Institutionen bezeichnet, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzuordnen ist. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist als aus sonstigen Tätigkeiten.

Einzelhandelsrelevante Nachfrage

Der Teil der Verbrauchsausgaben privater Haushalte, die im Einzelhandel ausgegeben wird. Nicht berücksichtigt wird die Nachfrage nach Dienstleistungen.

Fachdiscounter

Ein meist klein- bis mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service anbietet. Das Sortiment ist dabei flach und schmal und wird oft zu den niedrigen Preisen angeboten.

Fachgeschäft

Spezialisierter und branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der sich durch eine große Sortimentstiefe und unterschiedliches Preis- und Qualitätsniveau auszeichnet. Die Verkaufsfläche liegt meistens deutlich unter 800 m². Entscheidend für die Abgrenzung zu Fachmärkten ist vor allem der Service (z. B. Kundendienst und Beratung/ Bedienung).

Fachmarkt

Fachgeschäft der Non-Food-Sparte, das in bestimmten Branchenschwerpunkten (Elektronik, Sport, Drogerie etc.) über ein breites und tiefes Sortimentsangebot verfügt, dabei aber nur eine knappe Personalbesetzung und als Verkaufsverfahren Selbstbedienung oder Vorwahl mit fachlicher und sortimentsspezifischer Beratung einsetzt; übersichtliche Warenanordnung in meist ebenerdigem Betrieb mit niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Die Standorte sind meist autokundenorientiert,

davon einige Sortimente innenstadtnah (Drogerien), andere isoliert in gewachsenen oder geplanten Zentren. Verkaufsfläche > 800 m². Je nach Typ des Fachmarktes sind verschiedene Größenordnungen üblich (z. B. Drogeriefachmärkte mit ca. 800 m², Elektrofachmarkt 2.000 - 4.000 m² (z. B. Saturn), Baumarkt 2.000 - 15.000 m², Möbelmarkt bis zu 50.000 m²).

Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbstständig vermarktbarer Dienstleistungen an. Bei diskontorientierten Fachmärkten wird zugunsten des Preises auf jedwede Beratung oder Dienstleistung verzichtet. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittssortimente aus dem Programm eines Fachmarktes.

Innenstadt

Das Gebiet einer Stadt, in dem sich die gesamtstädtisch und überörtlich bedeutsamen Institutionen konzentrieren. Der Begriff der Innenstadt ist i. d. R. nicht mit demjenigen des Innenstadtzentrums (IZ) gleichzusetzen, da die Abgrenzung neben der baulichen Dichte und der Dichte der Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktionen auch die historische Entwicklung und Bedeutung von Zentrenbereichen berücksichtigt, weniger als der Begriff des IZ jedoch auf dem Einzelhandel beruht. Innenstadtzentrum (IZ) Einzelhandelsrelevante Lagebezeichnung für städtebaulich-funktionell abgegrenzte Innenstadtbereiche. Bei der Abgrenzung des IZ gegenüber weiteren Innenstadtbereichen wird die Konzentration gesamtstädtisch und überörtlich bedeutender Funktionen ebenso berücksichtigt wie die Dichte des bestehenden Handelsbesatzes oder städtebauliche Eigenschaften. Da das IZ zu den zentralen Versorgungsbereichen zählt, ist es ein Schutzgut im Sinne des Städtebaurechts. Das IZ ist je nach örtlicher Ausprägung nicht notwendiger Weise deckungsgleich mit dem historischen oder statistischen Zentrum.

Kaufkraft

Die Geldmenge, die privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird sie aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der Entnahme aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Kaufkraftbindung

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in der Region selbst ausgegeben wird. Ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen Kaufkraft außerhalb dieser ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile aus Fremddregionen einem Marktgebiet zufließen.

Kaufkraftkennziffer

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der Kaufkraft. Sie gibt an, wie viel Promille der gesamten Kaufkraft in Deutschland auf die betrachtete geographische Einheit entfällt. Errechnet wird sie durch Multiplikation des Bevölkerungsanteils des Gebiets an der Gesamtbevölkerung mit einem Kaufkraftfaktor, der nur aus Nettoeinkommen der im Gebiet ansässigen Bevölkerung besteht. Sie gibt die Höhe des durchschnittlichen Nettoeinkommens im Vergleich zum Bundesdurchschnitt an.

Lebensmitteldiscounter

Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein durch ein spezialisiertes Sortiment mit einer niedrigen Artikelzahl aus. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, einfache Ladenausstattung und aggressive Marketing- Strategien. Die Ladengröße liegt zwischen 250 - 800 m², in Einzelfällen auch darüber. Der Umsatzanteil durch Non-Food-Artikel liegt zwischen 10 - 13 %.

Nahversorgungszentrum (NVZ)

Ein Nahversorgungszentrum besteht aus überwiegend nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben und aus ergänzenden Dienstleistungsbetrieben wie etwa einer Bank, Reinigung oder Postannahmestelle. Das Nahversorgungszentrum übernimmt die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung und ist i. d. R. innerhalb einer sonstigen integrierten Lage angesiedelt. Auch städtebauliche Kriterien wie bauliche Dichte oder Gestaltung sind für die Definition eines NVZ relevant.

Sortiment

Die Auswahl bzw. Struktur aller angebotenen Artikel eines Handelsunternehmens. Unterschieden wird in Kern-, Grund-, und Randsortiment.

Das Kernsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment z. B. Sanitärprodukte (Badewannen, Duschen, Toiletten) beim Sanitärhändler. Die Waren des Kernsortiments sollen die Rendite des jeweiligen Händlers sichern. Mit dem Kernsortiment wird der Hauptumsatz der jeweiligen Filiale gemacht.

Das Grundsoriment ist das Sortiment, mit dem der größte Umsatz gemacht wird. Kern- und Grundsoriment können identisch sein, weichen bei einigen Unternehmen aber voneinander ab. Dies wäre der Fall, wenn der Sanitärhändler Leuchten ins Sortiment aufnimmt, die mehr Umsatz bringen als die Sanitärprodukte.

Beim Randsortiment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten (Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerber) oder um einen zusätzlichen Gewinn zu erwirtschaften.

Die Sortimentsbreite hängt proportional davon ab, wie viele Varianten eines Artikels ein Händler anbietet. Die Sortimentstiefe hängt proportional davon ab, wie viele verschiedene Warengruppen ein Händler führt.

Städtebaulich integrierte Lage (siL)

Als städtebaulich integrierte Lage (auch: sonstige integrierte Lage) werden diejenigen Siedlungsbereiche bezeichnet, die in Wohnbereiche eingebettet sind. Die bauliche Dichte sowie die Dichte der Einzelhandelsnutzungen und sonstigen Funktionen reicht in dieser Lage nicht aus, diese Lage als zentraler Versorgungsbereich, d. h. Hauptgeschäftszentrum bzw. Stadtteil- oder Ortsteilzentrum einzuordnen. In der Regel sind Einzelhandelsnutzungen in der sonstigen integrierten Lage als Einzelbetrieb oder als Ansammlung einiger weniger Betriebe vorzufinden.

Städtebaulich nicht integrierte Lage (niL)

Städtebaulich nicht integrierte Lagen unterscheiden sich von den sonstigen integrierten Lagen durch die fehlende Einbettung in die sie umgebende Wohnbebauung. Nicht integrierte Lagen umfassen demnach alle Siedlungsbereiche außerhalb der Zentren und sonstigen integrierten Lagen. In der Regel trifft die Bezeichnung auf Einzelhandelsstandorte in Industrie- oder Gewerbegebieten sowie im Außenbereich zu.

Supermarkt

Verkauf des Lebensmittelvollsortiments inkl. Frischfleisch sowie Verkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs. Meist Selbstbedienung. Die Verkaufsflächen liegen zwischen 400 - 1.500 m², wobei hinsichtlich der Verkaufsflächenobergrenze in der Handelsfachliteratur divergierende Auffassungen erkennbar sind.

Umsatz

Ist die Produktion des Einzelhandels, also die Summe dessen, was über einen bestimmten Zeitraum in einem Einzelhandelsgeschäft verkauft wird. Er kann nach mengenmäßigem Umsatz (Anzahl) oder wertmäßigem Umsatz (Geldeinheiten) bemessen werden. Neben der Messung in Zeiträumen kann der Umsatz auch für Filialen, Abteilungen, Warengruppen und Artikel gemessen werden.

Verbrauchermarkt

Einzelhandelsbetrieb mit Lebensmittelvollsortiment sowie Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Tiefes und breites Sortiment an meist autoorientiertem Standort entweder in Alleinlage oder innerhalb Einzelhandelszentren. Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Großflächig (ca. 1.500 - 5.000 m²), überwiegend Selbstbedienung. Anteil Non-Food-Artikel: Fläche 30 - 60 %; Umsatz 20 - 40 %.

Zentraler Versorgungsbereich

Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionalen Zentren (Innenstadtzentrum, Neben-, Stadtteil- oder Ortsteilzentren, Nahversorgungszentren) einer Kommune. Der Begriff ist gleichbedeutend mit dem Schutzgut „zentraler Versorgungsbereich“ z. B. nach § 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO und ist damit gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung.

Zentralitätskennziffer

Die Zentralität (bzw. Zentralitätskennziffer) einer Kommune verdeutlicht das relative Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen und der potenziell verfügbaren Kaufkraft vor Ort. Sie wird als Quotient dieser beiden Werte ermittelt. Ein Wert unter 100 % beinhaltet, dass in der Summe aller Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse Einzelhandelskaufkraft in andere Orte abfließt; ein Wert über 100 % beschreibt umgekehrt den per Saldo erkennbaren Gewinn aus anderen Orten.